

**L'intervista**

Fabio Storchi
(Federmeccanica):
«Condividere rischi»

5

**Lo studio**

Piccole e medie,
le più tassate
sono a Bologna

10

**Innovazione**

Chiesi, Bio-One
Finceramica, le aziende
premiare dal Mit

11

CORRIERE IMPRESE

L'ECONOMIA, GLI AFFARI, LE STORIE DELL'EMILIA-ROMAGNA

L'analisi

La sindrome Carife stende Ferrara

di **Massimo Degli Esposti**

Sono passati 20 giorni dalla firma dell'accordo Acri-Ministero delle Finanze che comporta l'obbligo di allentare i legami tra Fondazioni e rispettive banche. Prevede per le prime il vincolo di non aver investito su un solo bene (in genere la Cassa d'origine) più del 33% del proprio patrimonio. Lo scandalo Monte Paschi ne fu l'innescio. Ma è a Ferrara che tutti ne hanno potuto comprendere la necessità e l'urgenza. Qui dove il dissesto della Cassa rischia di travolgere la Fondazione e con essa i risparmi di 28 mila piccoli azionisti, alcuni dei quali comprarono i titoli Carife a 40 euro, li hanno potuti vendere l'ultima volta a 5 e da allora, con le contrattazioni sospese, si sono sentiti offrire 80 centesimi dalla Popolare Vicenza, peraltro defilatasi appena iniziato il grande risiko delle popolari rivestite da Spa. Difficile dire quale, tra i tanti errori commessi dal vecchio management, sia la vera origine del disastro. Certo la dissennata espansione territoriale verso Modena, Milano, Napoli e la differenziazione in settori, come il credito navale, ben poco affini al dna di una banchetta da 105 sportelli e 950 dipendenti. Certo il terremoto del 2012 e l'esplosione delle sofferenze che ne è derivata. Certo il fatto che tutto ciò abbia coinciso con la crisi finanziaria internazionale e la stretta sui ratios patrimoniali. «Una tempesta perfetta», l'ha definita Riccardo Maiarelli, presidente della Fondazione e degli industriali ferraresi.

Container
Una veduta dall'alto di uno scalo marittimo con la merce pronta per partire fuori dall'Europa



L'export che verrà

Dopo la caduta dell'embargo a Cuba, le sanzioni alla Russia e la definizione del Trattato transatlantico Usa-Ue, cambia lo scenario dell'interscambio commerciale emiliano-romagnolo. Una regione che negli ultimi anni ha scalato posizioni in classifica con 55 miliardi di vendite all'estero; ora è seconda dopo la Lombardia

L'intervento

L'inserimento nel mondo del lavoro
e la forza di un ingegnere

di **Angelo O. Andrisano***

La recente pubblicazione del rapporto annuale AlmaLaurea sulle performance occupazionali dei laureati ci consegna una lettura molto precisa della situazione relativa all'impiego giovanile che, purtroppo, al di là dell'enfasi posta sulle prospettive a tre anni dal conseguimento della laurea, mostra, tuttavia, dati in chiaroscuro per quanto riguarda l'inserimento dei neolaureati

nel mondo del lavoro.

Se a 3 anni l'indice occupazionale dei laureati italiani va migliorando, nel breve periodo e cioè a un anno, c'è da rilevare un lieve peggioramento: il tasso di disoccupazione generale, infatti, tra il 2013 e il 2014, sale dal 26,3% al 26,6%. Al di là dell'entità dello scostamento, fa certamente riflettere il fatto che più di un quarto dei laureati, a distanza di 12 mesi dall'agognato titolo di studio, non si vede ancora dischiusa la porta di ingresso al mondo del lavoro. C'è da sperare, e non ho motivo di dubitarne vista la positiva accoglienza da parte delle organizzazioni imprenditoriali, che l'approvazione del Jobs Act porti benefici anche a questo riguardo.



www.aspplbo.it

DICHIARAZIONE dei REDDITI
~ 2015 ~

il CAF di ASPPI
È CON TE

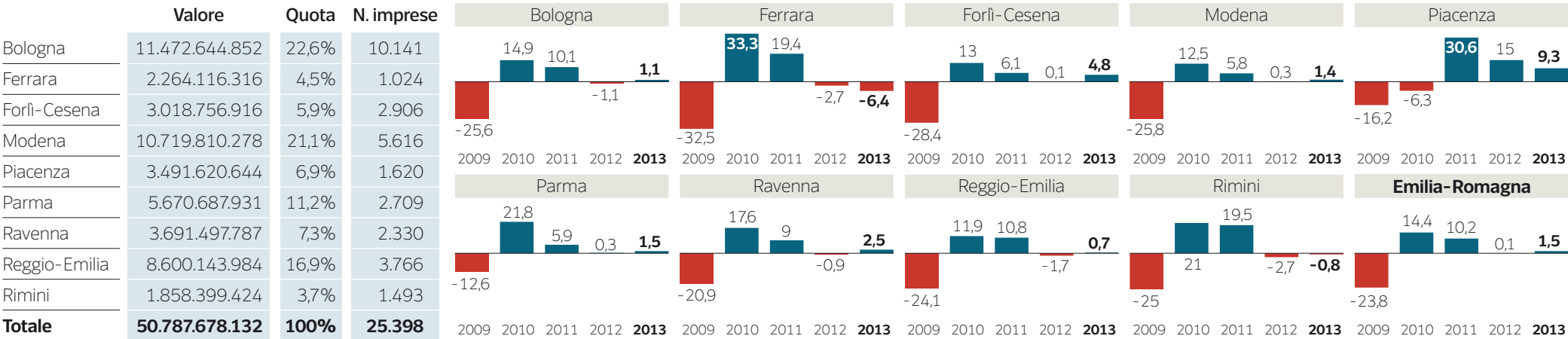


Numero Verde
800 185042

PRIMO PIANO

Bologna, Modena e Reggio in fuga nel mondo

Il contributo delle province all'export 2013 (milioni di €) e variazioni % 2009-2013



Fonte: Osservatorio sull'internazionalizzazione 2014 Unioncamere Emilia-Romagna

centimetri

Emilia-Romagna, quel gran pezzo di export turbato dalla Russia «a porte chiuse»

L'export dell'Emilia-Romagna cresce fra il 4 e il 5% l'anno, e la regione si avvia a diventare la seconda esportatrice italiana. Si direbbe che la crisi mondiale ha superato il giro di boa e anche l'Italia comincia a stare meglio. Invece non si può mai stare tranquilli: le porte chiuse della Russia, soprattutto ai prodotti agro-alimentari, insieme alle prospettive — ben poco conosciute e un bel po' confuse — di libero scambio Europa-Stati Uniti, alimentano timori di nuovi rivolgimenti e sacrifici. In buona parte infondati (si veda anche l'intervista in pagina a Fabrizio Onida) ma non per questo immeritevoli di attenzione.

Gli economisti dicono che ad annunciare la vera svolta del ciclo economico non è mai l'export, ma l'import, come effetto della ripresa della domanda interna, stimolata dalla maggiore produttività e quindi dagli aumenti retributivi. Marchionne fa da batti-

Nel 2015 oltre 25 mila imprese venderanno per 55 miliardi di euro. Ma centinaia di loro sono terrorizzate dall'embargo di Putin e dal fantasma del Ttip

strada, ma in Ducati già da ottobre si produce anche la domenica e si guadagna di più con meno ore di lavoro.

In attesa che i segnali si traducano a livello macroeconomico, l'export è sempre il benvenuto: annuncia il nuovo giorno e accresce l'autostima di un Paese. Lo scorso anno l'autostima è cresciuta un bel po' e ha sfiorato i 53 miliardi di euro. Quest'anno supererà di slancio i 55 miliardi e dovrebbe raggiungere il 13,5% del totale nazionale. Lombardia in testa, se il Veneto non sta al passo (come non lo è stato nel 2014) scivolerà al terzo posto.

L'export emiliano-romagnolo è pluralista: i tre grandi distretti — ceramica; auto e moto; macchine per dosatura, confezionamento e imballaggio — si aggiudicano le 3 fette più importanti della torta, poco sopra o poco sotto i 3 miliardi di euro ciascuna. Le fette sono tante: le prime 30 (tipologie di prodotti) valgono 30 miliardi di euro, cioè poco più della metà del totale. Diversificati anche i mercati di sbocco: i primi 8 (Germania in testa, con il 12,7%) valgono il 30%, e ben 4 fra loro hanno incrementi percentuali a due cifre: +11,8 gli Stati Uniti, +13,2 Spagna, +11,2 Cina, +10,2 Polo-

nia. Tuttavia, proprio dalla pattuglia dei maggiori partner, è arrivato uno scricchiolio sinistro nel secondo semestre 2014: la Russia, 5° mercato superiore ai 2 miliardi di euro nel 2013, è stata scavalcata dalla Spagna e ha ceduto il 12,2% su base annua e addirittura il 24,4% nel quarto trimestre. Le ragioni dell'embargo agro-alimentare dichiarato in agosto da Putin sono ufficialmente politiche, ma in realtà profondamente economiche. A farne le spese sono alcune centinaia di imprese agroalimentari. Coldiretti ha lanciato l'allarme: -120 milioni di euro nel quarto trimestre 2014. Ma il calo era già iniziato, e sull'anno intero è stato di 248 milioni di euro, coinvolge parecchie centinaia delle 4 mila imprese esportatrici di tutti i settori produttivi, dal manifatturiero al cibo.

Le paure, si sa, sono come le ciliegie: una tira l'altra. Ed è iniziato il tam-tam sugli effetti indesiderati e imminenti su

occupazione, commercio internazionale, produzioni agricole europee e italiane, soprattutto di qualità, a causa del Ttip, il Partenariato transatlantico per il commercio e gli investimenti, per il quale è in corso un negoziato. L'obiettivo, ritenuto prioritario da entrambe le parti, è di armonizzare le regole e istituire una zona di libero scambio Europa-Stati Uniti. Il governo italiano, decisamente favorevole, ha contribuito a rendere pubbliche le bozze dei 24 capitoli e ad aprire pubbliche consultazioni. La trasparenza dovrebbe aver rimosso le principali preoccupazioni, o almeno rassicurato sul fatto che da parte europea non c'è alcuna intenzione di cedere sui temi della sicurezza alimentare, delle denominazioni protette, della tracciabilità delle produzioni.

La pensano diversamente il Nobel per l'economia Joseph Stiglitz, un gruppo di studiosi della Tufts University di Boston e un variegato fronte

«Stop Ttip», attivo anche in Italia: stimano la perdita di 600 mila posti di lavoro in Europa, un incremento dell'import agroalimentare dagli Usa, doppio rispetto all'incremento delle esportazioni europee; mezzo punto in meno di Pil agricolo in Italia, nel 2025, e il collasso delle piccole imprese stroncate dalla concorrenza Usa. Per non aprire il capitolo della temuta invasione di mangimi e sementi Ogm (la cui circolazione, per la verità, è già attualmente libera).

Favorevoli o contrari, almeno per ora tutti possono stare tranquilli e godersi la crescita delle esportazioni: il nono round di negoziati, a fine aprile a New York, ha preso atto dello stallo politico, per l'opposizione del Parlamento europeo e dei Democratici Usa. L'America va verso le presidenziali: almeno fino al 2017 sentiremo un po' di rumore, un po' di tip-tap. Non certo un Ttip.

Angelo Ciancarella
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Embargo addio. Chimica e oil&gas a caccia di affari a Cuba E c'è chi, come la sassolese Ema-Cer, rivende sull'isola i macchinari dismessi

di Nicola Tedeschi

Cos'è
L'Embargo contro Cuba è un blocco commerciale, economico e finanziario imposto dagli Stati Uniti contro Cuba all'indomani della Rivoluzione castrista. Il 17 dicembre, il presidente Barack Obama ha annunciato l'intenzione di porvi fine

Richard Nixon, presidente degli Usa dal 1969 al 1974, per sedurre l'ostile Cina si inventò la diplomazia del ping pong. Per la conquista di Cuba, l'Emilia-Romagna si affida invece — oltre alle classiche missioni imprenditoriali volute da Unioncamere, l'ultima nel marzo 2014 — alla diplomazia della palla a spicchi. La scorsa estate, la nazionale femminile di basket dell'isola ha sfidato le ragazze di Castel San Pietro, del Lavezzi Parma e del Vigarano Mainarda: una serie di amichevoli rese possibili dall'associazione Social Club di San Giovanni in Persiceto, guidata da Stefano Fornasaro, con il supporto di Giorgio Guidi, socio della felsinea Guidi Consulting. Entrambi consulenti di chi cerca

nuovi business nei Caraibi, Fornasaro e Guidi hanno poi organizzato nel febbraio 2015, nella sede Unindustria di Bologna, il primo convegno regionale sulla nuova legge cubana per gli investimenti esteri. A parte la suddetta legge, il 2014 ha portato, il 17 dicembre, il grande annuncio di Barack Obama sulla cancellazione dell'embargo. Secondo il gruppo assicurativo-finanziario Sace, il nuovo corso gioverà soprattutto alla filiere chimico-farmaceutica e dell'oil&gas. Poi c'è il turismo: da Piacenza a Rimini, non sono rare le agenzie di viaggi che già ora organizzano i charter per L'Avana. Ma turismo significa anche Technogym: «A Cuba riforniamo di attrezzature per il wellness le grandi catene alberghiere arrivate nell'ultimo decennio», fa sapere l'azienda cesenate. Bene, dunque, se



Accordo Il presidente cubano Raul Castro e il presidente Usa Barack Obama al vertice delle Americhe

l'offerta turistica si amplia, «ma è ovvio che per noi non è un mercato strategico come Stati Uniti o Brasile». Da gennaio a ottobre del 2014, secondo i dati di Sace, le esportazioni italiane verso Cuba sono arrivate a 184 milioni di euro; in tutto l'anno precedente, invece, a 268 milioni, di cui il 15% dall'Emilia-Romagna, che vede gli ordinativi caraibici in spaventosa ascesa. Pure oggi, dunque, vendere sull'isola non è impossibile, bensì logisticamente complicato, o comunque rischioso: in genere, i pagamenti avvengono con lettere di credito non confermate a 360 giorni, raramente scontate dagli istituti italiani. «L'economia è centralizzata, tutto viene canalizzato attraverso gli uffici de L'Avana», spiegava Angelo Biondo, presidente di Emilcargo, sul numero di *Corriere Economia* del 16

marzo. Notoriamente, avere un solo, potente acquirente per le proprie merci non è la situazione ideale per chi vende. Attiva nei servizi di logistica integrata, Emilcargo ha sede a Calderara di Reno (Bologna): da circa 10 anni ai ministeri di Cuba consegna, o vende, prodotti idraulici e tessili per la casa. L'isola di Castro vale oggi per lei il 10% del fatturato annuo di 8 milioni di euro. Per la sassolese Ema-Cer vale invece il 70% di ricavi pari a circa 3 milioni. Dal 1999 Ema-Cer, la cui storia è pure stata raccontata da Fausta Chiesa su *Corriere Economia*, rimette a norma e rivende i macchinari dismessi dalle ceramiche italiane. Business ideale, nei Caraibi, dove dal 2007 l'azienda ha abbracciato altre filiere, ad esempio la ricambistica per l'industria di zucchero e caffè.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Veneto battuto, presto secondi in Italia»

Per Fabrizio Onida (Bocconi) 10 mila imprese esportatrici abituali sono un numero importante. E il Trattato transatlantico sul commercio non spaventa, scatterà fra qualche anno

Chi è



Fabrizio Onida, ordinario di Economia internazionale alla Bocconi, dal 2010 è professore emerito e senior a contratto di International Economics. Dal 1995 al 2001 ha presieduto l'Ice, l'Istituto per il commercio con l'estero.

In cattedra da 45 anni, ordinario alla Bocconi dal 1983, Fabrizio Onida è il maggiore esperto italiano di Economia internazionale.

Professore, l'export dell'Emilia-Romagna è cresciuto nel 2014 in misura più che doppia rispetto all'Italia. Per il 2015 si prevede un incremento del 5%: è attendibile?

«Sì, è molto probabile che la tendenza continui. Nell'ultimo decennio l'Emilia-Romagna è l'unica tra le regioni più grandi ad aver rafforzato la propria quota di export sul totale nazionale: dal 12,4 al 13,3% del 2014, ormai a ridosso del Veneto, da sempre secondo dopo la Lombardia».

All'export regionale contribuiscono 25 mila imprese, ma solo 10 mila sono esportatrici abituali.

«Il 40%: per gli standard italiani è una percentuale abbastanza elevata, ottenuta all'interno di distretti industriali che ancora oggi costituiscono una realtà virtuosa per superare l'estrema frammentazione e generare economie di scala. La

La Via Emilia, pista di decollo dell'export

	4° trim. 2014	2014
Export Emilia-Romagna (in milioni di €)	13.454	52.996
Variazione %	+4,4	+4,3
Variazione % Italia		+2,0
Quota E.-R. su export nazionale (3ª Regione)		13,3
Settore con maggiore incremento %		
- Mezzi di trasporto	+12,7	+10,1
Paesi di destinazione con magg. incremento %		
- India	+36,0	
- Spagna		+13,2
Paese di destinazione con peggiore var. %		
- Russia	-24,4	-12,2

Fonte: elaborazione Unioncamere Emilia-Romagna su dati Istat



La presenza di imprese leader trascina l'indotto e costringe i fornitori a un aggiornamento continuo

presenza di imprese leader trascina l'indotto e costringe i fornitori ad un aggiornamento continuo. È un fenomeno diffuso in Emilia-Romagna, penso naturalmente al distretto di Sassuolo e al gruppo Marazzi, o alla cosiddetta packaging valley con un manipolo di imprese leader».

Lei sollecita spesso il rilancio di politiche industriali focalizzate — tra l'altro — sulla

ricerca pre-competitiva. Il Programma nazionale per la Ricerca 2014-2020 è coerente con questo obiettivo?

«Rispetto al passato c'è maggiore attenzione per alcuni strumenti, come il credito d'imposta riconosciuto alla ricerca. Ma il rischio è che l'efficacia sia limitata, per la dispersione delle risorse tra 7 diversi fondi, che fanno capo a 8 ministeri e 20 regioni, con una platea di desti-

Dove atterrano piastrelle, automobili e macchinari

I principali mercati di sbocco (dati in milioni di €)

	2014	2013	variazione %
1 Germania	6.741	6.253	+7,8
2 Francia	5.676	5.587	+1,6
3 Stati Uniti	5.079	4.543	+11,8
4 Regno Unito	3.074	2.865	+7,3
5 Spagna	2.227	1.968	+13,2
6 Russia	1.791	2.039	-12,2
7 Cina	1.572	1.414	+11,2
8 Polonia	1.435	1.302	+10,2

Fonte: elaborazione Corriere Imprese su dati Istat

centimetri

«Credo e mi auguro che la crisi politica possa trovare una soluzione abbastanza rapida. Ma in realtà il problema è economico: la Russia cerca di limitare le importazioni a causa dello squilibrio della bilancia commerciale, dovuto al crollo dei prezzi delle materie prime energetiche. E per questo non vedo soluzioni a breve termine».

Il negoziato Ttip sembra in uno stallo, per la crescente opposizione ideologica nel Parlamento europeo e per l'ostilità tra i Democratici negli Stati Uniti.

«La conclusione del negoziato è ancora lontana. L'obiettivo principale è quello di rimuovere le barriere non tariffarie, fissando standard comuni per i prodotti. È un campo già ampiamente arato dal Wto, perciò ritengo eccessive le preoccupazioni e i timori; e se anche si dovrà aspettare qualche anno, non vedo gravi conseguenze per le relazioni commerciali tra le due sponde, già molto sviluppate».

A. Cia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





IL GRUPPO SPAL

è sempre alla
RICERCA
di persone di talento
anche per:





www.spal-group.com
www.spalautomotive.com/eng/group.aspx

Lavora con noi

Via per Carpi, 26/B - 42015 Correggio (RE) - Italy - Tel. +39.0522.731311 - Fax +39.0522.693611
web: www.spalautomotive.com - e-mail: g.frignani@spal.it


Confartigianato
Imprese Bologna e Imola


INTEGRA
SERVICE

Dove c'è impresa c'è Confartigianato

Fare parte di **CONFARTIGIANATO IMPRESE DI BOLOGNA E DI IMOLA** significa **essere uniti e fare rete con i colleghi artigiani e imprenditori per difendere il patrimonio e la cultura delle imprese che producono**, danno lavoro e contribuiscono al benessere del territorio.

Significa anche... contare su un'organizzazione che quotidianamente ricerca le soluzioni e i servizi migliori e più innovativi per facilitare l'attività della tua azienda.

Dal 1949, Confartigianato Imprese di Bologna e di Imola rappresenta e tutela gli imprenditori e gli artigiani dell'area metropolitana di Bologna sostenendo le loro azioni volte a migliorare il contesto economico e sociale del territorio in cui operano.

Grazie alla partnership con **Integra Service srl**, l'Associazione si è arricchita, a fianco dei servizi tradizionali, anche dei più innovativi servizi consulenziali ad alto valore aggiunto. Le consulenze, rese mediante la collaborazione con professionisti qualificati e partner di **Integra Service srl**, si rivolgono a tutte le imprese che desiderino un supporto per affrontare le sfide imposte dai mercati, con un approccio concreto e basato sulla conoscenza del tessuto economico e imprenditoriale ma, allo stesso tempo, orientato a strategie di successo ed innovazione.

La gamma dei servizi offerti dall'Associazione, non si limita alla realtà dell'impresa, il sistema **Confartigianato Persone** propone, infatti, ulteriori opportunità per rispondere anche alle esigenze del cittadino.

PERCHÉ ASSOCIARSI

- Confartigianato tutela gli interessi e le istanze del piccolo imprenditore ai tavoli della politica e delle Istituzioni
- Per difendere il patrimonio e la cultura di imprese che producono, danno lavoro e contribuiscono al benessere del territorio

LA TESSERA TI PERMETTE DI

- Accedere a tutti i servizi erogati dall'Associazione
- Usufruire delle agevolazioni previste dalle Convenzioni Confartigianato
- Ricevere circolari informative specifiche di settore
- Ricevere aggiornamenti sui bandi di finanziamento rivolti alle imprese
- Partecipare a seminari, incontri, eventi e convegni promossi da Confartigianato

I NOSTRI SERVIZI: NUOVI SERVIZI DI CONSULENZA

- Riorganizzazione e assistenza nella crisi d'impresa
- Assistenza internazionale alle imprese e protezione patrimoniale
- Consulenza legale d'impresa
- Strategia e finanza per lo sviluppo d'impresa

SERVIZI TRADIZIONALI

- Servizio consulenza ed assistenza amministrativa e affari generali
- Servizio Ambiente, Sicurezza & Energia
- Consulenza fiscale e servizio contabilità
- Servizio credito
- Servizio formazione
- Consulenza del lavoro e servizio paghe
- Sos anatocismo
- Servizi alla persona – CAAF

Confartigianato Imprese di Bologna e di Imola
con le sue 16 sedi su tutto il territorio metropolitano,
è il punto di riferimento per gli artigiani e le piccole e medie imprese
Visita il nostro nuovo sito per scoprire la sede più vicina
e vieni a trovarci per conoscere
tutti i servizi e i vantaggi a te riservati
www.confartigianatobolognaimola.it

Confartigianato Imprese di Bologna e di Imola - Via Giovanni Papini, 18 - 40128 Bologna
SEDE PROVINCIALE Via Persicetana Vecchia, 26 - 40132 Bologna - Tel.: 051 405812 - Fax: 051 6414942



Un mondo di iniziative, vantaggi, servizi. Dove c'è un associato, noi siamo lì.

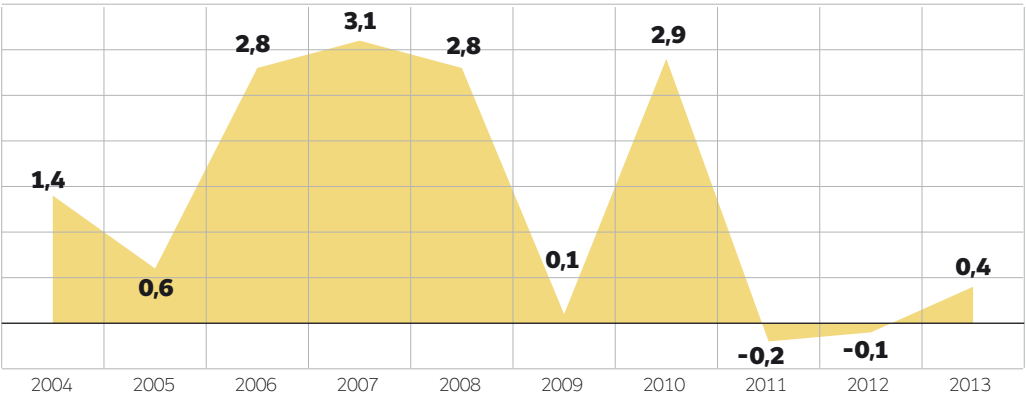
L'INTERVISTA

Fabio Storchi

Il numero uno di Federmeccanica pensa a un modello contrattuale con più salario variabile e forme di partecipazione dei lavoratori alla gestione

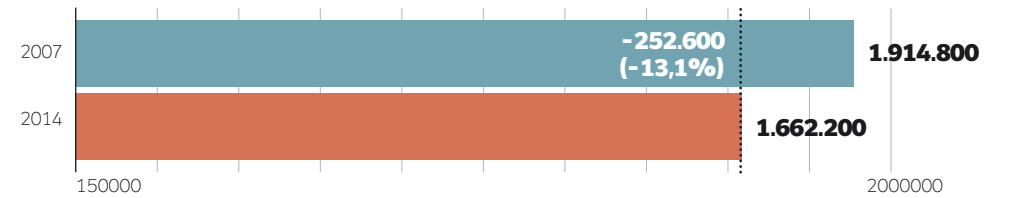
Il mondo della metalmeccanica in Italia

Percentuale di utili su fatturato
Risultato di esercizio dopo le imposte



Fonte: Mediobanca

Dinamica occupazionale nel settore metalmeccanico
Numero occupati



Fonte: Istat - Contabilità Nazionale



Lo scenario

Il distretto

Trasmissioni di potenza, da Bologna a Reggio una squadra che batte i tedeschi

Addetti ai lavori esclusi, pochissimi altri sanno cosa siano i sistemi di trasmissione di potenza. Eppure ne abbiamo attorno a centinaia: negli elettrodomestici, nelle automobili, nelle macchine agricole e in quelle movimento terra, nelle gru, nelle macchine industriali e oggi perfino nel cuore dei generatori eolici. Dovunque, in buona sostanza, ci sia da trasmettere un movimento da un motore che gira a velocità fissa a un meccanismo che richiede movimenti più lenti o più veloci. Un tempo erano soltanto scatole di ingranaggi, oggi, con l'avvento della mecatronica, sono sistemi molto più complessi. In molti casi costruiti su misura, come avviene per piattaforme petrolifere, gru portuali o grandi navi. Il mercato mondiale se lo spartiscono tedeschi e italiani. O meglio: tedeschi ed emiliani, con quattro medie aziende comprese tra Reggio Emilia e Bologna. Comer Industries è una di queste. Seconda per fatturato con 361 milioni l'anno scorso, circa 1.300 dipendenti, l'85% delle vendite realizzato all'estero. La numero uno è la bolognese Bonfiglioli (654 milioni di euro di fatturato e 3.300 dipendenti nel mondo), la terza è la reggiana Brevini Group (310 milioni con 1.600 dipendenti nel 2013) e la quarta è la modenese Rossi (130 milioni e 800 addetti) da qualche anno passata sotto il controllo del gruppo svizzero Habasit, specializzato, non a caso, nei nastri trasportatori.

Ognuno dei 4 «gemelli» emiliani è leader in una specifica applicazione. La Bonfiglioli è la più diversificata. Produce infatti praticamente tutti i sistemi di trasmissione di potenza, motori elettrici in uno stabilimento in Vietnam e inverter anche per applicazioni nel fotovoltaico con una controllata tedesca.

Comer Industries è nata invece in simbiosi con la principale filiera industriale reggiana che è quella delle macchine agricole. Tuttora i principali clienti sono i colossi del settore, da Cnh a John Deere; ma negli ultimi anni l'azienda ha potenziato la sua presenza nelle macchine industriali e nell'eolico, spingendo con decisione sull'elettronica applicata alla meccanica. Ha creato anche una sua scuola di formazione, la Comer Academy, che sforna 180 tecnici specializzati ogni anno.

Fu fondata nel '70 dai tre fratelli Storchi, Oscar, Fabio e Fabrizio, il primo scomparso nel '76 e ora rimpiazzato in azienda da figli e nipoti. Dal 2000 è sbarcata in Cina con uno stabilimento nei pressi di Shanghai.

Lo stabilimento di Reggio, danneggiato dal sisma del 2012, è stato completamente ricostruito e ampliato con un investimento di 12 milioni di euro.

M. D. E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è

Fabio Storchi, 66 anni, reggiano, presidente e amministratore delegato di Comer Industries è stato eletto presidente di Federmeccanica a nel giugno 2013

di Massimo Degli Esposti

Tifa per l'Italicum e per il Jobs Act, riconoscendo al governo Renzi la sua stessa anima rinnovatrice. «Siamo all'inizio della quarta rivoluzione industriale, quella digitale e globale. Questo cambia tutto. Nelle aziende, nelle relazioni industriali, nella politica. L'Italia non può più restare alla finestra». Sono le parole con le quali ci accoglie nella quartier generale della sua azienda, la Comer Industries di Reggio, il presidente di Federmeccanica Fabio Storchi.

Presidente, lei sta girando l'Italia per ascoltare gli associati in vista del rinnovo del contratto dei metalmeccanici. Che aria tira?

«Il nostro settore ha perso il 30% della produzione e il 25% della capacità produttiva. Guardi Reggio Emilia. Quando ero presidente dell'associazione industriali la disoccupazione era al 3%, oggi supera il 6%. Decine di aziende metalmeccaniche hanno chiuso. Peggio di una guerra. Mi viene in mente una sola parola: ricostruzione».

Su che basi? L'export, per esempio, tira. Può bastare?

«Non è sufficiente. Non ne usciamo se non alimentando il mercato interno. Devono ripartire gli investimenti e per farli ripartire è indispensabile una ripresa dei trasferimenti pubblici, incentivi e infrastrutture. Il nostro manifesto del 27 novembre dice: liberare risorse per gli investimenti».

Con questi vincoli di bilancio?

«Bisogna fare delle scelte. Per esempio attuare immediatamente una spending review più energica. Io appoggio incondizionatamente le riforme istituzionali perché solo con quelle il governo è in grado di decidere in fretta e governare. La storia sta drammaticamente accelerando e noi dobbiamo metterci al passo».

Quando dice noi, intende anche le imprese?

«Certo. Stiamo entrando nell'era di Industry 4.0, quella dove le macchine fanno lavorare le macchine. Non tutti gli imprenditori hanno capito che d'ora in poi senza una nuova cultura d'impresa si esce dal mercato. Una conseguenza dell'accelerazione della storia è che aumenta il rischio. Anzi, questa è la società del rischio:

oggi fai profitti, domani puoi sparire».

Siamo al paradosso delle fabbriche «buie», senza lavoratori?

«È vero il contrario. Il ruolo dell'uomo diventa fondamentale. Non per le braccia, ma per il cervello. Più è complesso il sistema delle macchine, più serve intelligenza. Il capitale umano sarà il fattore chiave per il successo di ogni impresa».

Il sindacato risponderà: bene, pagateci meglio...

«Noi vogliamo pagare il lavoro diversamente. Con l'attuale sistema contrattuale, che considera il salario una variabile indipendente, siamo arrivati a questo paradosso: dal 2007 ad oggi, cioè negli anni della crisi, il salario contrattuale è aumentato del 23,6%, in termini nominali, mentre il valore aggiunto metalmeccanico è calato del 18%, quindi abbiamo perduto oltre 40 punti di competitività».

Quindi?

«Dobbiamo cambiare il modello contrattua-



L'Emilia-Romagna è un esempio virtuoso. Molte aziende hanno già intrapreso la transizione verso Industry 4.0. E l'impresa media è vincente con una leadership nel mondo fatta di tecnologia e qualità

le. Il contratto nazionale deve definire le regole, prevedere garanzie ed interventi a sostegno del welfare dove la massa critica può fare la differenza. Soltanto al secondo livello, invece, quello aziendale, è possibile distribuire ricchezza. Con una parte consistente variabile e collettiva e una parte individuale per premiare i migliori. Insomma, nella società del rischio, anche il rischio va condiviso. Oggi il problema non è dividere la ricchezza, ma piuttosto ritrovare il modo per generarla».

È una condivisione un po' troppo asimmetrica se le scelte strategiche le fa solo una delle due parti. Non crede?

«Infatti: penso che dovremo arrivare a forme di partecipazione dei lavoratori. La transi-

zione verso Industry 4.0 riguarda tutti, imprenditori e lavoratori, e serve il contributo di tutti. Questo sarà il punto qualificante dell'assemblea associativa del 19 giugno».

Una cogestione sul modello tedesco?

«Direi piuttosto lo studio e la ricerca di una via italiana alla partecipazione, con nuove relazioni industriali che appoggiano su due pilastri: le relazioni sindacali e le relazioni interne tra impresa e collaboratori. La persona deve tornare al centro delle politiche e delle attenzioni aziendali».

L'Emilia-Romagna è il tempio della meccanica. Anche qui è tutto da rifare?

«L'Emilia-Romagna è un esempio virtuoso, infatti qui il pil ha già ricominciato a crescere l'anno scorso, seppur leggermente. Insomma, vedo una situazione migliore».

Quali sono i nostri punti di forza?

«Direi che molte aziende eccellenti hanno già intrapreso la transizione di cui parlavamo, con buone pratiche nella gestione delle risorse umane, nell'organizzazione del lavoro, nella globalizzazione, nell'introduzione delle nuove tecnologie, nella governance interna. La nostra forza è l'alto tasso di internazionalizzazione. Una cosa che abbiamo nel Dna. Anche la presenza di grandi multinazionali ha contribuito a migliorare la nostra cultura industriale».

Eravamo la regione del «piccolo è bello». Oggi?

«Oggi le aziende di successo sono quelle che stanno ai primi posti nel mondo, ma in settori specialistici, dove si può essere leader anche con dimensioni medie, come sono la gran parte delle nostre aziende familiari, di prima o seconda generazione».

Un modello che ha un futuro?

«Credo di sì. Ma solo se farà un salto in avanti sul piano patrimoniale e finanziario. Un buon assetto finanziario è il prerequisito per fare alleanze e acquisizioni, cioè per crescere».

La Comer Industries, per esempio?

«Da anni ci siamo dati un assetto manageriale, abbiamo trasformato il modello produttivo, esportiamo l'85% della produzione, abbiamo realizzato acquisizioni e non escludo che se ne possano fare altre nei prossimi anni. Penso per esempio ad alleanze con altre aziende italiane su nuovi prodotti e su progetti di investimento all'estero».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ARTI GRAFICHE REGGIANI

Dal 1967



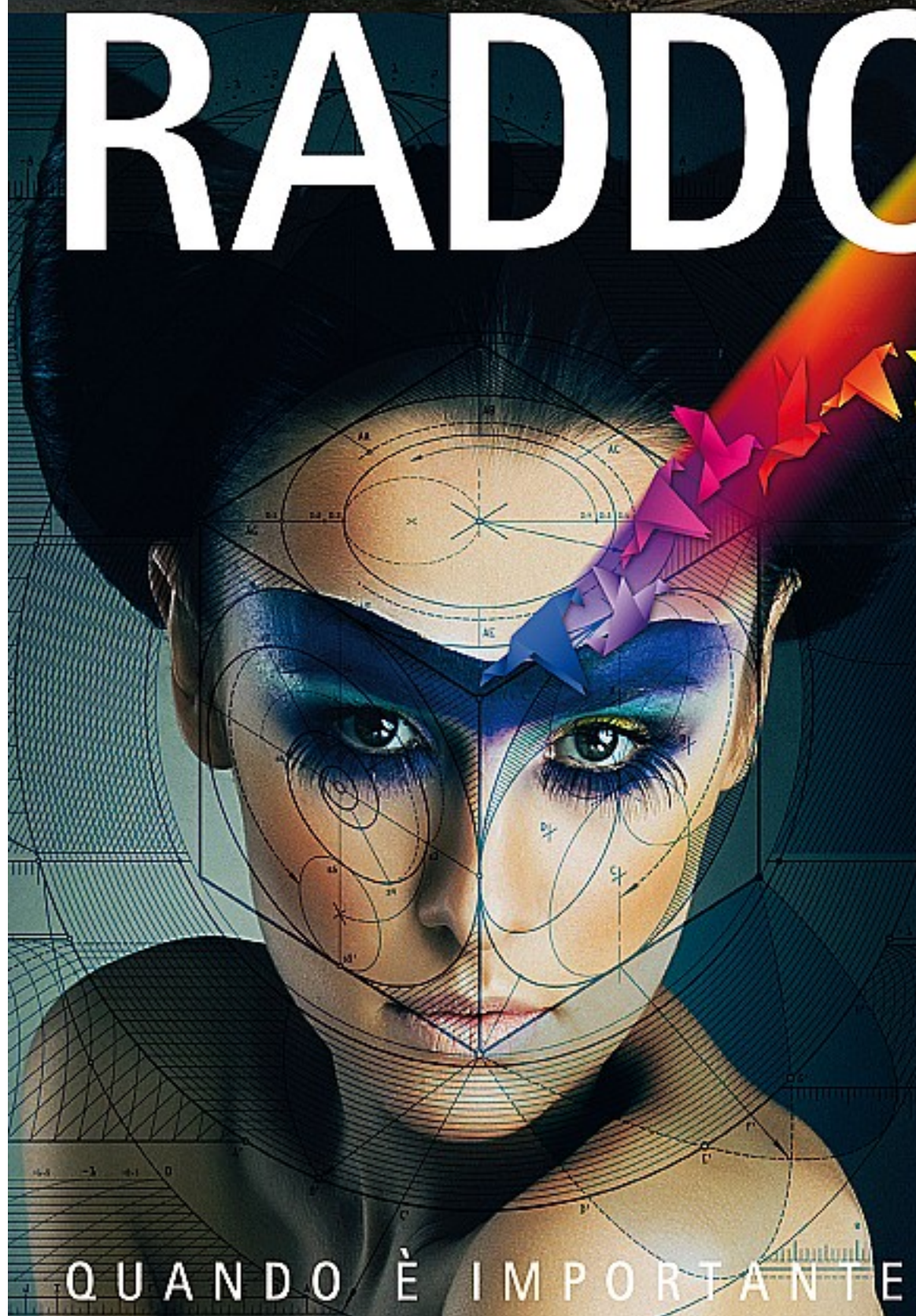
Certificazione UNI EN-ISO 9001:2008 per garantire ai nostri clienti che i processi produttivi sono seguiti e monitorati secondo norme internazionali che ne definiscono la qualità.



Certificazione FSC® Forest Stewardship Council® per garantire ai nostri clienti che la cellulosa utilizzata è stata prodotta secondo i criteri di sostenibilità delle risorse.

ARTI GRAFICHE REGGIANI · ARTI GRAFICHE REGGIANI PRINTERS · Ozzano dell'Emilia · Bologna (Italy) · www.artigrafichereggiani.it

RADDOPPIA



+ ricerca
+ tecnologia
+ forme
+ fantasia

**ARTI GRAFICHE
REGGIANI**
printers s.r.l.

QUANDO È IMPORTANTE LIBERARE I SENSI

INVESTIMENTI & FINANZA

Emilia-Romagna terra di **minibond**

Un'impresa su 4 pronta per l'obbligazionario

Barbarisi (Crif): «Ma molte aziende preferiscono il tradizionale credito bancario»

Ci sono 885 società in Emilia-Romagna con le carte in regola per presentarsi sul mercato dei capitali emettendo i cosiddetti mini-bond, le nuove obbligazioni «corporate» riservate alle società non quotate.

Sono aziende che rispettano alcuni parametri chiave di fatturato, redditività, indebitamento: gli stessi, in sostanza, che andrebbero presi in esame per poter definire «sana» un'azienda. Sul totale delle imprese della regione, quelle con i conti in ordine sono il 25,6%, cioè 1 su 4. Dopo 7 anni di crisi non è un dato da poco; tuttavia è inferiore rispetto a quello delle altre regioni industrializzate del Nord. In Piemonte, per esempio, siamo al 30 e passa per cento, al 29% in Veneto, al 28,5% in Lombardia. Anche in cifra assoluta l'Emilia-Romagna è solo al terzo posto, dopo la Lombardia (2.673 imprese in target) e il Veneto (1.042).

Sono i risultati di uno studio condotto da Crif Rating

Cos'è Bond

od obbligazione è un titolo di debito emesso da società o enti pubblici che attribuisce al suo possessore il diritto al rimborso del capitale prestato all'emittente alla scadenza, più un interesse su tale somma

Agency, la società di rating accreditata a livello europeo del gruppo bolognese Crif, prendendo in esame l'universo delle società di capitali con almeno 10 milioni di euro di fatturato.

Quelle «promosse» vantano un margine operativo lordo positivo in tutti gli ultimi 3 anni e per almeno il 7% nell'ultimo esercizio, una leva finanziaria non superiore a 3 volte il patrimonio netto, un rapporto fra patrimonio netto e margine operativo lordo non superiore a 4. L'obiettivo, del resto, era selezionare le imprese più appetibili per gli investitori in quanto ragionevolmente in grado di garantire il rimborso di un prestito.

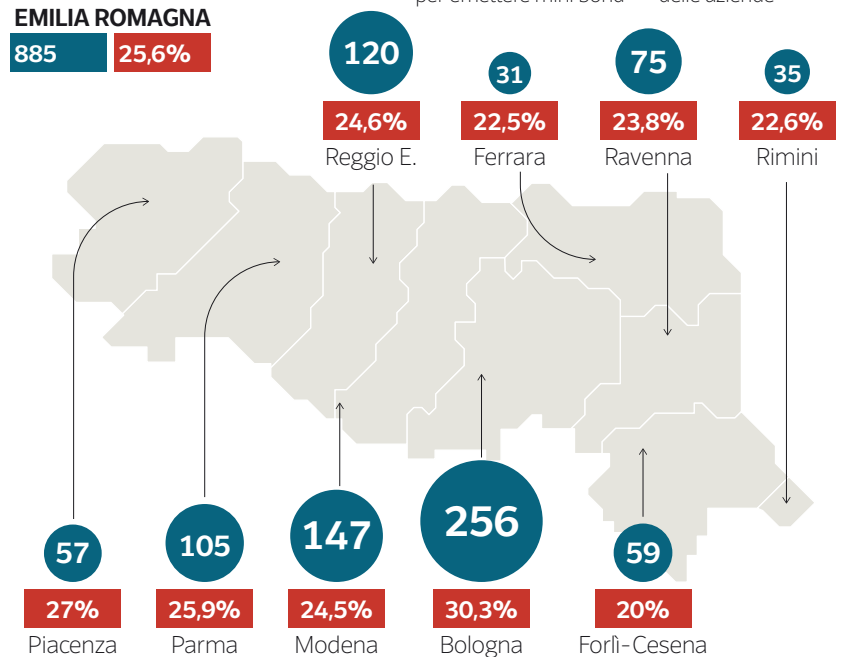
«Trarre dal nostro studio conclusioni sullo stato di salute del sistema industriale emiliano-romagnolo è arbitrario: noi abbiamo mappato esclusivamente gli indicatori finanziari e patrimoniali, non quelli industriali — precisa il direttore dell'agenzia Carlo Barbarisi —. Spicca tuttavia il divario tra il numero di società che potreb-

Le candidate ai mini bond

EMILIA ROMAGNA

885 25,6%

■ Aziende con i requisiti per emettere mini bond ■ Percentuale sul totale delle aziende



Fonte: CRIF Rating Agency

centimetri

bero tranquillamente presentarsi sul mercato dei capitali, affrancandosi così dall'eccessiva e onerosa dipendenza dal credito bancario a breve, e quello, esiguo, di chi poi effettivamente lo ha fatto».

In verità qualcosa si è mosso negli ultimi mesi. Il re del prosciutto di Parma, la reggiana Ferrarini, ha ap-

pena chiuso un'emissione di mini bond per 30 milioni, e la ravennate Micoperi per 35. Entrambe le operazioni hanno avuto un'adesione superiore all'offerta. In precedenza era toccato alla Officine Maccaferri con 200 milioni raccolti nel maggio dello scorso anno e alla Coesia di Isabella Seragnoli con 100 milioni di obbligazioni

emesse nell'ottobre 2014.

Su scala nazionale dalla partenza del mercato Extra-Mot Pro di Borsa Italiana, nel marzo 2013, al 17 ottobre scorso (data di completamento dello studio) sono state proposte agli investitori 87 emissioni da parte di 71 emittenti non quotati, per un controvalore complessivo di circa 4,3 miliardi. E ben poca cosa se si pensa che in Italia, in base allo studio di Crif Rating Agency, sono almeno 7.875 le società di capitali con i requisiti per accedere al mercato dei mini-bond.

Per Barbarisi la diffidenza nei confronti dello strumento obbligazionario è «indice di un deficit di cultura finanziaria: gli imprenditori italiani sono molto capaci nel gestire gli attivi, non altrettanto per i passivi». Ciò non è senza conseguenze sulla competitività del nostro sistema industriale che ora avrebbe l'occasione per finanziare investimenti strategici a condizioni di mercato irripetibili.

«La buona finanza è il carburante dello sviluppo. Tante bellissime imprese emiliano-romagnole potrebbero fare molto di più se ne approfittassero — conclude il manager —. Preferiscono invece le tradizionali linee di credito bancario che però, in prospettiva 5-7 anni, sono esposte alla volatilità dei tassi e sono revocabili in qualsiasi momento».

Massimo Degli Esposti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MACCHINE MOVIMENTO TERRA



DOOSAN



Bobcat®

VENDITA - ASSISTENZA - RICAMBI - NOLEGGIO

DMO S.p.A. - Via Pietro Renzi 2 48026 Russi - RA - info@dmomacchine.it - 0544.585600 - www.dmomacchine.it



ALLUMINIO
BRONZO
GHISA
OTTONE
RAME
PIOMBO

metalparma

A faint, light-colored wireframe illustration of industrial metal components, including rectangular blocks and a cylindrical part, positioned behind the company name.

METALPARMA s.r.l.

Via R. Tagliani, 32/A - (area ex salamini) 43122 PARMA

Tel. 0521 241296 - Fax 0521 487727

info@metalparma.it - www.metalparma.it

IL PERSONAGGIO

Moda e pallone,
è **Manila Grace**
l'altro volto di Carpi

Maurizio Setti condivide con Stefano Bonacini la passione del calcio griffato

Il calcio griffato Gaudì di Stefano Bonacini non è l'unico esempio di binomio vincente tra moda e pallone a Carpi. A festeggiare la promozione in A, nel 2013, era il Verona di Maurizio Setti, ad del Gruppo Antress Industry spa che produce la griffe Manila Grace nella stessa città. **Com'è iniziata la sua avventura nel mondo della moda, Setti?**

«Da autista magazziniere in un'azienda di abbigliamento, la Senso Unico. Avevo 19 anni, amavo la fotografia, ma ho lasciato che restasse una passione. E mi sono buttato sulla moda».

E come ha iniziato con il calcio?
«Per scherzo. La Dorando Pietri e il Carpi erano in crisi e con alcuni imprenditori amici abbiamo deciso di intervenire per evitare che scomparissero. Uno di questi era Stefano Bonacini, l'attuale patron del Carpi».

Oggi è al Verona come proprietario e presidente. Perché ha scelto di investire nel pallone?

«Perché è lo sport che capisco meglio e che ho praticato una vita. Non potendo più giocarlo, ho deciso di viverlo da dirigente».

Ha scelto di investire in un settore che notoriamente brucia capitali. Non è stato un azzardo?

«Guadagnare con il calcio è difficile, ma se sei bravo puoi gestire un club evitando di perderci. Con il Verona ci sto riuscendo: applico gli stessi criteri di un'azienda classica: costi e ricavi vanno di pari passo. Ho scelto di delegare molto, lasciando la maggior parte dei compiti a professionisti di livello e fiducia. Lotito, invece, dedica più tempo al calcio e riesce ad ottenere risultati economici maggiori.

Interno
Uno dei 40 negozi monomarca del brand carpigiano



Della Valle, al contrario, dedica più tempo alla sua azienda e nel calcio si trova a spendere molto di più. La mia scelta è sempre stata quella di privilegiare l'azienda di moda».

È più difficile pianificare una stagione calcistica o un campionato di moda?

«Una stagione, senz'ombra di dubbio: una squadra è fatta di uomini, quindi teste, e possono cambiare da un momento all'altro. E poi nel calcio c'è l'incognita del campo: non ci sono certezze, la domenica».

Nel calcio si è spostato prima a Bologna poi a Verona, perché nella moda ha scelto di restare a Carpi?

«Per il rapporto con la terra, le risorse, le persone. Il nostro è un territorio che sa affrontare i problemi, rialzarsi, evolversi. Ci sono competenze e conoscenze che altrove mancano. Noi abbiamo scelto di restare qui, quando altri se ne sono andati all'estero, perché crediamo in tutto questo».

Dal terremoto del 2012, come vi siete rialzati?
«All'epoca tutti hanno dato il proprio meglio. Non ci siamo fermati un giorno. La volontà di non mollare è nel dna della gente di qui. Avevamo consegne, la moda non aspetta. Tiravamo fuori tavoli e scrivanie la mattina e le

riponevamo dentro la sera, pur di lavorare e non perdere tempo. Nessuno ha mollato e ce l'abbiamo fatta».

Può partire da Carpi la rivincita del made in Italy?
«Carpi è un piccolo distretto, ma può dare un grande contributo: ha molte aziende evolute, è un territorio sano. Da solo però non può nulla».

Quando sbarcherete negli Stati Uniti?
«Ci stiamo lavorando, speriamo di chiudere certi accordi entro l'anno».

Su quali altri Paesi avete messo gli occhi?
«Nei Paesi arabi, in Russia e in Cina ci siamo già. Africa e India sarebbero mercati interessanti, ma sono da studiare. Sono i paesi che avranno lo sviluppo maggiore nei prossimi 20 anni».

Assumerete nuovo personale a breve?
«Non smettiamo mai, visto che continuiamo ad aprire negozi. E poi ora con le linee bimba e la pelletteria, aumentano anche i settori».

Qual è il segreto di Antress?
«Alzarsi la mattina e darci dentro con passione».

Francesca Blesio
© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'azienda

Al comando con due donne

Con oltre 40 boutique monomarca tra Italia ed estero, e dopo le aperture di Berlino, Parigi e Anversa, il made in Italy di Manila Grace si appresta a sbarcare negli Stati Uniti e in Medio Oriente. L'azienda di Maurizio Setti, ceo del Gruppo Antress Industry spa, è nata a Carpi e resterà a Carpi, sua città natale; Setti la dirige in team con Alessia Santi e Sonia De Nisco. Manila Grace è uno dei 4 marchi che fanno grande il distretto tessile modenese (Liu Jo, Blumarine e Twin Set) e che potrebbero quotarsi in borsa. Con 200 dipendenti e un network in franchising in continuo sviluppo, Manila Grace è presente all'interno di un migliaio di multibrand store (600 in Italia, 400 all'estero). Accanto alle collezioni donna e bambina, il brand lancerà sul mercato un profumo (a settembre debutterà la prima fragranza femminile) e una collezione dedicata alla pelletteria. Il 2014 si è chiuso in linea con il 2013, a quota 54 milioni di euro e con un export pari al 43% (l'obiettivo per il 2015 è di superare il 50%).

F. B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nasce **Corriere Imprese**
Il nuovo supplemento dedicato all'Economia dell'Emilia Romagna

Imprese, innovazione, credito, mondo del lavoro...
Il racconto di una realtà imprenditoriale, a cura della redazione del Corriere di Bologna.
Corriere Imprese: il settimanale che aiuta a capire il dinamismo del territorio.

In edicola in tutta la regione ogni lunedì con il Corriere della Sera

TERRITORI & CITTÀ

È il Comune che tartassa le **pmi** bolognesi

Nel Rapporto 2015 della Cna il primato negativo delle Due Torri (72,9%) nella regione e nel Paese. La somma di Imu, Tasi e addizionale comunale arriva al 28%, raddoppiata dal 2011

Cos'è

Il **Total tax rate** sulle imprese è calcolato dalla Banca mondiale in percentuale sui profitti totali e comprende la tassa sui profitti stessi, i contributi, tasse sociali e previdenziali; le tasse su dividendi, capital gain e transazioni finanziarie; tasse su rifiuti, veicoli, trasporti e simili

La pressione fiscale è alta ovunque, in Italia, ma sotto le Due Torri picchia sul serio. Soprattutto per le imprese. E benché nel 2015, grazie al taglio dell'Irap sul valore delle retribuzioni, sia prevista la riduzione di un paio di punti rispetto all'anno scorso, a Bologna il prelievo totale si attesta al 72,9%, al secondo posto in Italia tra i comuni capoluogo di provincia e al primo fra i capoluoghi di regione. A star peggio c'è solo Reggio Calabria (74,9%), dove le imposte locali pesano ancor più. La media generale dei comuni capoluogo italiani è stimata al 62,2%. Appena al di sopra si allinea la media dei dieci capoluoghi dell'Emilia-Romagna (62,3%).

Il dato, spaventoso, è riferito a una piccola impresa artigiana manifatturiera: ditta individuale con 5 dipendenti (4 operai e un impiegato), un capannone da 350 metri quadri per la produzione e un locale commerciale più magazzino da 175 mq., un fatturato di 430 mila euro e un reddito d'impresa di 50 mila euro. Un «contribuente» virtuale, ma tutt'altro che di fantasia: è un modello costruito un paio di

Bologna, la più spremuta dal fisco

Il **Total Tax Rate del 2015 nei 10 capoluoghi di provincia dell'Emilia-Romagna**



(*) nella graduatoria nazionale di 113 comuni capoluogo

Fonte: Rapporto 2015 Osservatorio Cna sulla tassazione delle Pmi

centimetri

62,3

è la percentuale di tassazione media delle città emiliano-romagnole, in linea con la media nazionale

anni fa su propria misura (ma anche del 95% delle imprese italiane) dalla Confederazione nazionale dell'artigianato e della piccola e media impresa, che a fine aprile ha presentato il Rapporto 2015 dell'Osservatorio permanente sulla tassazione delle Pmi, «Comune che vai, Fisco che trovi».

L'Osservatorio misura il prelievo fiscale complessivo, il Total Tax Rate (Ttr) che include i contributi previdenziali obbligatori, a carico della propria impresa-modello trapiantata in 113 città (quasi tutti i capoluoghi di provincia) e, in me-

dia, nelle 20 regioni e in Italia. Il modello è costruito con gli stessi criteri adottati dalla Banca mondiale, che però li applica a una Srl (sempre manifatturiera) con decine di dipendenti, fatturato molto più elevato e maggiore redditività. Il rapporto Cna non perviene a risultati più pesanti di quelli del Fondo monetario (Doing Business 2015, presentato in autunno, misura al 65,4% il Ttr italiano su dati 2013, rispetto al 63,8% del modello Cna), ma consente analisi particolareggiate nel tempo (i dati partono dal 2011) e sul territorio, che

misurano la grande variabilità dei tributi locali (Tari comunale sui rifiuti, Irap regionale), delle addizionali regionale e comunale sulle imposte dirette, e dell'effetto combinato tra rendite catastali (fortemente sperequate fra una città e l'altra) e aliquote Imu e Tasi.

Il primato negativo di Bologna si spiega con lo straordinario livello della pressione fiscale comunale, che sfiora il 28%, quasi invariata rispetto all'anno scorso, ma quasi raddoppiata rispetto al 15,2% del 2011. La percentuale erariale (che alle imposte statali ag-

giunge i contributi previdenziali dell'imprenditore) schizza al 38,8%: quasi 4 punti in più del 2014 e più di 3 rispetto al 2011. Solo il dimezzato prelievo regionale, dal 12,4 al 6,2% grazie al minor imponibile Irap, consente la già segnalata riduzione della pressione fiscale, dal 75,1% record del 2014, al 72,9% atteso nel 2015.

La media dei 10 capoluoghi emiliano-romagnoli (62,3%) è in linea con quella nazionale ed è superata, oltre che da Bologna, da Parma (63,8% al 35° posto nazionale), Forlì (63,5%, 35° posto) e Cesena (63,1%, 39° posizione). Appena sotto la media viaggia Piacenza (61,7%, 52° in classifica). Appalate Ravenna e Rimini, con il 60,5% di pressione fiscale, seguite a distanza da Modena (59,8%), Ferrara (59,3%) e Reggio Emilia (58,3%). Dal 99° posto in graduatoria la città del Tricolore si gode la «bassa pressione», ma guarda con nostalgia il 56,7% di quattro anni fa, e con un po' di invidia il 54,5% di Cuneo, il meno tartassato tra i capoluoghi italiani e uno dei pochi a ridurre la pressione fiscale anche rispetto al 2011.

Angelo Ciancarella

© RIPRODUZIONE RISERVATA



NUOVO SERVIZIO

Check Up Menopausa

Percorso Personalizzato Multispecialistico

Coordinatore: Prof. G. Mollica

Ginecologia - Prof. Mollica, Dr.ssa Segala
Endocrinologia e Metabolismo - Dr. Stucci
Cardiologia - Dr. Al Yassini
Radiologia ecografica - Dr. Millimaggi
Ortopedia - Dr. Carrozzini

► CURA DEI DISTURBI DELLA MENOPAUSA:

- sindrome climaterica
- osteoporosi postmenopausale
- disturbi urinari
- disturbi sessuali

► INDIVIDUAZIONE DEI FATTORI DI RISCHIO PERIMENOPAUSALI:

- cardiovascolari
- endocrino-metabolici
- oncologici



Quisisana®

OSPEDALE PRIVATO ACCREDITATO

FERRARA Viale Cavour 128

Tel. 0532 207622

PRENOTAZIONE ON-LINE

www.quisisanafe.com

Prestazione non convenzionata con il Servizio Sanitario Nazionale





Direttore Sanitario:
Dr.ssa Paola Coppola

Reg. Min. 6150-A
15/10/2011-2005

INNOVATORI



Graziella Pellegrini e Andrea Chiesi di Holostem



Anna Tampieri coordinatrice di Finceramica



Marco Astorri presidente di Bio-On

Staminali targate Chiesi

L'azienda di Parma lancia il primo farmaco per la terapia genica
Citata dal Mit tra le 10 aziende più rivoluzionarie con altre 2 emiliane

A febbraio ha vinto una scommessa: ottenere l'ok della Commissione europea per l'immissione in commercio di Holoclar®, prima terapia avanzata al mondo a base di cellule staminali autologhe in grado di restituire la vista a pazienti con gravi ustioni della cornea. Chiesi Farmaceutici ha segnato l'importante traguardo grazie a Holostem, spin-off universitario nato nel 2008 dal connubio dell'azienda con i ricercatori Michele De Luca e Graziella Pellegrini e l'università di Modena e Reggio. Il successo è valso a Holostem il premio Smart & Disruptive di Mit Technology Review Italia. Giunto alla terza edizione italiana, il riconoscimento valorizza la capacità aziendale di sconvolgere un mercato oppure di crearne uno nuovo. Tra le 10 aziende premiate il 20 aprile scorso a Padova, 3 sono emiliano-romagnole: oltre a Holostem, ci sono la bolognese Bio-On e la faentina Finceramica.

Andrea Chiesi, nel 2007 due ricercatori di fama mondiale portavano avanti i loro studi. Perché Chiesi decise di puntarci tutto?

«È iniziata così — racconta l'ad di Holostem e direttore R&D Portfolio Management di Chiesi — l'allora preside della facoltà di Bioscienze di Modena,

Stefano Ferrari, aveva deciso di chiamare in città i 2 studiosi. La Fondazione Cassa di Risparmio di Modena e l'Università sponsorizzarono il centro di medicina rigenerativa e mancava qualcuno che vi investisse industrialmente».

Quindi?

«Nel frattempo Europa e Usa avevano deciso di governare i prodotti basati sulle staminali non più come ospedalieri ma come farmaci. Mi si è accesa una lampadina: avevamo il know how dei ricercatori, un edificio a disposizione e il nostro sviluppo farmaceutico. Abbiamo creato lo spin-off Holostem che tra i soci ha Chiesi, i ricercatori e l'università».

Holostem è una bella storia di collaborazione tra pubblico e privato. Il binomio funziona?

«La formula è ancora innovativa: i ministeri non sono così pronti. Il fattore più importante è quindi la disponibilità delle persone coinvolte a credere nel

progetto e a capirsi».

Cosa può fare il pubblico per facilitare i progetti innovativi?

«Fare tesoro di iniziative come la nostra. Mia nonna diceva: chi vuole può, ma chi può deve. Abbiamo tutti la responsabilità morale di semplificare le cose che sono fattibili».

Avete altre collaborazioni con gruppi esterni?

«È una delle leve portanti del nostro sviluppo. Ne abbiamo fatte diverse, come quella che ha portato alla nascita di Curosurf®, salvavita per i bambini prematuri, partito da un'intuizione di due ricercatori negli anni 80 e su cui Paolo Chiesi decise di investire».

Lo scorso anno Chiesi ha speso 237 milioni in ricerca e sviluppo, pari al 17,6% delle vendite. Quanto conta investire in ricerca?

«L'investimento in innovazione per noi è tutto: non può essere il tentativo timido di un

anno».

Bisognerebbe investire di più?

«L'innovazione non si fa soltanto con i soldi, ci vuole l'apertura mentale nel guardarsi attorno e scegliere di fare delle partnership con chi ha delle buone idee, prima che le faccia no altri».

«Guardarsi attorno» è la ricetta che dovrebbe seguire chi intraprende un percorso di impresa?

«Assolutamente sì: essere attenti e disponibili»

Il ricorso alle cellule staminali è il futuro della medicina?

«Non la sostituirà però la affiancherà nella cura di patologie che la medicina tradizionale oggi è molto lontana dal risolvere. Diventerà una realtà di successo fra 10 o 15 anni».

Qual è la prossima frontiera di Holostem?

«La terapia genica per alcune forme di Epidermolisi Bollosa: una malattia devastante che consiste nel fatto che la pelle non è attaccata agli strati sottostanti dell'epidermide. Chi ne è affetto vive tutta la vita come se avesse ustioni di secondo grado. È nostro sogno concreto — abbiamo già trattato due pazienti — di riportare alla normalità la cute di queste persone».

M. P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sul web

Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it

La seconda insignita

Università

Si chiama Maioregen ed è made in Faenza la nanoceramica che simula il tessuto osseo

La nuova frontiera per la riparazione delle ossa si chiama Maioregen e farà dire addio alle protesi metalliche grazie all'uso della rivoluzionaria bioceramica. «Si tratta di un materiale che mima il tessuto osseo in tutte le sue componenti con particolare attenzione a quella minerale: una nano-ceramica dalla sintesi innovativa». Lo spiega Anna Tampieri, ricercatrice del Cnr e coordinatrice del gruppo di ricerca che ha ideato il prodotto assieme a Finceramica Faenza Spa, l'avanguardistico spin-off dell'Istituto di Scienza e Tecnologia dei materiali ceramici del Cnr, che proprio in questi giorni festeggia cinquant'anni di traguardi.

«Le ossa umane — continua la scienziata — sono costituite per il 70% da una componente inorganica, ovvero un fosfato di calcio che, tecnicamente, è un materiale ceramico. Negli ultimi 25 anni l'Istec ha studiato le metodologie per ottenere materiali a base di questi calcio-fosfati il più possibile simili all'osso, allo scopo di indurre una risposta fisiologica che porti alla completa rigenerazione del tessuto mancante, con conseguente recupero della piena funzionalità».



Riparazione Un esempio di applicazione di protesi ceramica

Finceramica, tra le dieci aziende premiate quest'anno da Mit Technology Review, è diventata leader mondiale nella ricostruzione del cranio e si prepara a diffondere in Europa e Nord America la soluzione a diversi difetti delle articolazioni. «Abbiamo realizzato una protesi biologica in materiale riassorbibile e rigenerabile — spiega la Tampieri — che ricostruisce osso e cartilagine ed è stata già testata su una cinquantina di pazienti dall'Istituto ortopedico Rizzoli di Bologna».

Lo spin-off, che nel 2013 ha fatturato circa 6 milioni di euro, investe in ricerca e sviluppo oltre il 25 per cento dei suoi ricavi. Collabora con Johnson & Johnson e ha sviluppato con Tecla.it un portale web su cui i chirurghi possono caricare le Tac dei pazienti, sulla base delle quali Finceramica progetta i suoi prodotti sostitutivi di estrema precisione: un sistema che ha velocizzato di molto i tempi di intervento chirurgico.

M. P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La bolognese Bio-On ricava la bioplastica dagli scarti agricoli

Si chiama Minery e deriva dalla melassa. Progetto appoggiato da Eridania, Coprob e Pizzoli

Cos'è

La bioplastica è un tipo di polimero che deriva da materie prime rinnovabili oppure è biodegradabile e o ha entrambe le proprietà. È inoltre riciclabile. Si può ottenere da amido di mais, grano, tapioca, bucce di patata e cellulosa

di **Mara Pitari**

Le intuizioni migliori nascono nel quotidiano. Anche contemplando una distesa di skipass abbandonati fra la neve. E viene da pensare che per smaltire quei pezzettini di plastica la natura impiegherà 4 mila anni. È la scena desolante che ha immaginato nel 2007 Marco Astorri, numero uno dell'azienda bolognese Bio-On, quando assieme al socio Guido Cicognani deteneva una quota in una società produttrice di ticket di silicio e fornitrice di diversi comprensori sciistici. «Ci lanciammo allora in una impresa folle — racconta

Astorri — cedemmo senza indugio la nostra quota e investimmo tempo e denaro in una startup che trovasse il miglior biopolimero: una plastica naturale con performance tali da sostituire quella derivante dal petrolio».

Folle, ma reale: oggi Bio-On, vincitrice fra gli altri del premio Smart and Disruptive di Mit Italia, è leader nella chimica ecosostenibile e ha sviluppato Minerv, una bioplastica naturale e biodegradabile in acqua e nel suolo. Non solo: il biopolimero (della famiglia dei polioidrossialcanoati) viene realizzato partendo da scarti agricoli attraverso processi di fermentazione batterica senza l'uso di solventi chi-



Polimero Il materiale organico e compostabile di Bio-On

mici: alla base ci sono melassi e sugh di scarto della barbabietola da zucchero o delle patate. Sono nate così le collaborazioni con grandi aziende come Coprob, Eridania e Pizzoli.

«Per produrre la plastica naturale non bisogna sottrarre cibo — spiega oggi l'ad di Bio-On — col vantaggio che a fine vita l'oggetto viene smaltito dai batteri presenti nell'ambiente. E le prestazioni sono altissime». Le bioplastiche messe a punto dai ricercatori di Bio-On (solo 25 dipendenti) vengono utilizzate in tutto il mondo per dispositivi biomedicali, automotive, packaging alimentare e non.

Dalle bottiglie alle lampade di design biodegradabili. «Ab-

biamo partnership importanti come quella con Flos: le grandi aziende ci chiamano per sostituire la plastica con un tipo di materiale non inquinante», fa sapere Astorri. «A ottobre 2014 ci siamo quotati in borsa — continua l'ad — e a Milano siamo l'azienda con la performance migliore che, quotando soltanto il 10%, è passata da una capitalizzazione di 70 milioni nel 2014 a quasi 300 milioni odierni». Di 2,8 milioni il fatturato del 2014: cifra che Bio-On punta a triplicare nel 2015. L'anno scorso, inoltre, l'azienda bolognese è stata premiata a Bruxelles come pmi biotech più innovativa d'Europa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL CAST

Stati Uniti:

Donnie McClurkin
William McDowell
Ann Nesby
David Phelps
Peter Erskine
Oliver Jones
Kirk Whalum

Gran Bretagna:

Alex Montaque

Italia:

Fabrizio Bosso
Kataklò
Giuseppe Picone
Giuseppe Morganti Big Band
B.G. Gospel Choir

**È GIÀ INIZIATA LA PREVENDITA
SUL CIRCUITO VIVATICKET**

vivaticket
by BEST UNION

**AGEVOLAZIONI PER ACQUISTI
ENTRO IL 31 MAGGIO**

**CAMBIA
MIGLIORA
SALVA
ANCHE TU LA VITA!**

Partecipa attivamente
e sii testimone di
questa grande notte di musica
e solidarietà

mia
MUSICA IN ITALIA

**15
SETTEMBRE
2015**

PALADOZZA / BOLOGNA

GOD THE MUSIC AND ME

**GOD, THE MUSIC AND ME
CONCERTO GOSPEL
CON GRANDI
STARS DEL GOSPEL
JAZZ E DANZA
A SOSTEGNO
DI FONDAZIONE HOSPICE MT.C. SERÀGNOLI**

a sostegno di



FONDAZIONE
HOSPICE
MT. C. SERÀGNOLI
ONLUS

Con il patrocinio:



Prevendita Biglietti



Per informazioni
sullo spettacolo
e sul cast visitate
la pagina Facebook
GOD THE MUSIC AND ME
infoline: 333.1015280

INNOVATORI

Da Bologna a Sidney Il gelato di **Riva Reno** che sfida Grom

Nato da un ex manager Ducati e un artigiano, fattura 6,2 milioni di euro

Il gelato più buono è quello da leccarsi i baffi, che riempie la pancia e il portafoglio. Tre qualità che stanno solo in un cono, quello nato dieci anni fa tra Milano e Bologna con il marchio RivaReno. Due esercizi tra Sidney e Malta, altri due aperti in Spagna, ben 14 in Italia e la bellezza di 6,2 milioni di fatturato totale di franchising. La benzina di questo motore di successo? Un'ottima intesa di squadra tra i suoi giocatori, diversissimi tra loro: un avvocato, una giornalista della Bbc, un ex manager Ducati. E ovviamente un gelataio: Leonardo Ragazzi della Cremeria Funivia di Bologna. È lui, con le sue ricette, l'altra parte di benzina che spinge «Riva Reno».

Perché il suo «gelato emiliano», sostanzioso e cremoso, piace pure oltreconfine. Insomma una sfida alla più celebrata Grom.

«Noi a Bologna, in particolare, lo facciamo molto ricco, ci mettiamo più ingredienti, men-

Chi è



Gelataio
Leonardo Ragazzi, fondatore a Bologna della Cremeria Funivia, è l'inventore dei gusti di Riva Reno

tre la cremosità è data da tanti fattori, da materie prime di qualità, come la panna più ricca e, di conseguenza, in grado di dare più corposità», spiega.

Questo, unito al saper dosare zuccheri e proteine del latte, ha prodotto dei gusti che gradualmente hanno conquistato sempre più persone. «Il cliente non è stupido, magari al palato la differenza tra le noccioline trilobate del Piemonte e quelle turche non le avverte, ma che il gelato sia buono, quello sì lo capisce», ragiona dal negozio che aprì nel 2001 in via Porrettana e che ha preso quel nome proprio perché in quell'edificio abitava il proprietario della funivia diretta a San Luca (l'altra Cremeria Funivia, in centro a Bologna, l'ha aperta nel 2008).

All'inizio l'avventura di «Riva Reno» doveva partire negli Stati Uniti, ma la bolla economica ha fatto ripiegare su Milano. Poi sono venuti i franchising di Torino, Ferrara, Milano Marittima, Roma, Asti. Le tre gelaterie me-



neghine con quella di Pavia sono le attività dirette di «Riva Reno» che sommano 15 dipendenti e fatturano da sole 2 milioni. Tutte 14 assieme, con punte di 80 dipendenti d'estate, arrivano a 6 milioni. Da 3 settimane è partito persino il punto vendita a Marbella, e l'8 maggio è toccato a un'altra località della movida balearica, Palma de Maiorca.

La gelateria di Sidney è stata inaugurata nel 2013: è una joint venture tra RivaReno Italia e un

imprenditore australiano di origine italiana che parte della famiglia Tosolini, importatrice di Brunello Cucinelli per l'Australia. Nello stesso anno è spuntata la gelateria di Malta.

«Sa una cosa? — domanda ancora Greco — quello che abbiamo fatto finora è il 50% di quello che in realtà avremmo voluto realizzare in 10 anni. Ma se decidi di puntare alla via del franchising come abbiamo fatto noi è normale avere dei momenti di stasi. Da noi è tutto è

Visionari

Nicola Greco con la moglie Lynn Ya Ping. Con Ragazzi e Vittorio Paolucci hanno inventato Riva Reno

più complicato, per questo stiamo guardando tanto all'estero».

Dietro alla catena che nel nome riecheggia la provenienza dei suoi gusti, assieme a Ragazzi, ci sono altri tre soci: Nicola Greco ex-vicepresidente Mondo di Ducati, ai tempi della presidenza di Federico Minoli; sua moglie Lynn Ya Ping, giornalista radiofonica per la Bbc e l'avvocato bolognese Vittorio Paolucci.

«A mia moglie il gelato non piaceva, ma quando la portai alla Funivia si ingolosì del gusto ai pinoli, tant'è che mi domandò: «questo gelato è fantastico, perché non lo portiamo in America?» — ricorda Greco — Allora sono andato da Leonardo in negozio e gli ho chiesto di vendermi le ricette. Lui ha gentilmente declinato, ma mi ha offerto l'opportunità di fare una società assieme». La stretta di mano tra i due fu nel 2004, l'anno dopo nacque la prima gelateria Riva Reno sotto la Madonnina.

Così ai gelati pensava Ragazzi, Ping ai clienti e ai negozi, Greco allo sviluppo della rete e Paolucci curava la parte legale.

In dieci anni i gusti si sono evoluti, ammette il manager, ma l'artigiano gelatiere continua a studiare e tra i 14 esercizi della fortunata catena si possono scegliere 120 ricette. «Mi è dispiaciuto lasciare Bologna — ammette Greco — da voi le cose sono perfette. Se fate un motore, fate Lamborghini e Ducati, e anche noi speriamo di aver fatto qualcosa di buonissimo con il nostro gelato».

Andrea Rinaldi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DETERGENTI ECOLOGICI* DI ALTA QUALITÀ RISPETTOSI DELL'AMBIENTE

*A BASSO IMPATTO AMBIENTALE

Winni's
Naturel



Per un mondo più pulito!

- Il mondo più pulito di domani si costruisce con le scelte che si fanno oggi, anche le più piccole.
 - Anche quando sei in una corsia di un supermercato e scegli l'ecologico, quello vero.
 - Quello che ha tutti i tensioattivi di origine vegetale completamente biodegradabili, ma proprio tutti.
 - Quello che non è mai stato testato sugli animali.
 - Quello in confezioni riciclate che poi si riciclano di nuovo.
 - Quello nichel - cobalto - cromo tested, quello ipoallergenico.
 - Quello già scelto da un milione di mamme per la loro famiglia, per i loro figli.
- Quello che pulisce benissimo, lava benissimo e non costa di più.**

www.winnis.it



INNOVATORI

Boom dei **microbirrifici** L'Emilia-Romagna è terza in Italia

A investire nel settore sono soprattutto ragazzi di 30-40 anni

di **Francesca Candioli**

Gamberini
Negli ultimi
anni
il trend di
crescita
del settore
è stato
esponenziale

Fino a 10 anni fa la gente andava al bar e ordinava una birra, oggi invece chiede che birre ci sono. A dirlo non è solo l'assortimento di chiare e scure che si può notare sempre in più locali, ma anche chi, come Davide Finoia, nel 2009 ha aperto Valsenio, il primo microbirrificio in provincia di Ravenna. E come lui, molti altri in tutta Italia hanno dato vita a 900 attività simili, in particolare al Nord dove l'Emilia-Romagna come regione si attesta al terzo posto per numero di piccole imprese impegnate nel settore delle bionde.

Secondo i dati forniti a Cna da Unionbirrai sono 71 i microbirrifici sparsi per l'Emilia-Romagna tra «Beer Firm», ossia marchi privati che si affidano ad altri per creare da zero la birra (23): «Brew Pub» (14), dove si produce con miscita annessa; e birrifici artigianali (34), in cui si fa la birra e si vende all'ingrosso. Siamo terzi in Italia, dopo Lombardia e Piemonte. «Per Unionbirrai negli ultimi anni il trend di crescita del settore è stato esponenziale — racconta Stefania Gamberini, responsabile di Cna alimentare Emilia-Romagna—. Da 200 produttori di birra artigianale nel 2008 si è passati a 800 nel 2014, rispetto ai 30 microbirrifici censiti in tutta Italia più di 10 anni fa. E qui in regione il fenomeno è soprattutto emiliano».

È Bologna infatti a registrare il maggior numero di attività in questo campo: su 9 città, da Piacenza a Ravenna, il 21,13% dei 71 microbirrifici presenti (quasi un quarto del totale, per intenderci) si trova nel capoluogo di regione, seguito da Reggio Emilia con il 15,49% e poi da Parma con il 14,04%. Piacenza, Modena



L'Emilia-Romagna con 71 produttori artigianali di birra è la terza regione in Italia

Fonte: elaborazione Cna su dati Microbirrifici.org

Il mondo della birra in Emilia-Romagna

	Beer Firm	Birrificio Artigianale	Brew Pub	Totale	Percentuale
Bologna	6	5	4	15	21,13%
Forlì-Cesena	2	1	2	5	7,04%
Ferrara	4	2	1	7	9,86%
Modena	3	3	1	7	9,86%
Piacenza	1	6	-	7	9,86%
Parma	1	7	2	10	14,08%
Ravenna	1	2	-	3	4,23%
Reggio Emilia	1	7	3	11	15,49%
Rimini	4	1	1	6	8,45%
TOTALE	23	34	14	71	

centimetri

e Ferrara invece si attestano a metà classifica con la stessa concentrazione: 9,86%. Seguono poi Rimini con l'8,45%, Forlì-Cesena con il 7,04% e ultima Ravenna con il 4,23%.

Un'offerta variegata di piccole attività, alcune appena nate, altre più avviate, che va a soddisfare una parte degli oltre 30 milioni di appassionati di birra in tutta Italia, nazione in cui il consumo pro-capite di «bionda» si attesta sui 29 litri.

E se più di 20 anni fa la fermentazione casalinga in Italia era illegale, oggi l'idea di fare la birra con le proprie mani convince sempre più persone: si tratta infatti di un settore nuovo, rispetto ad altri Paesi, di cui se ne parla solo dagli anni 90, quando iniziarono ad apparire i primi microbirrifici che, oggi, producono in media non più di 1.000 ettolitri all'anno. «Da allora questo fenomeno non si è più arrestato, non solo a livello nazionale, ma anche regionale, tant'è che oggi tutte le previsioni parlano di un business ancora in crescita, sempre più attento alla qualità dei pro-

dotti», aggiunge Gamberini, alla cui associazione sono affiliati gran parte dei microbirrifici emiliano-romagnoli.

La birra artigianale non piace solo in Italia, ma anche all'estero: secondo le stime di Assobirra, su 1,9 milioni di ettolitri esportati, 20 mila sono di produttori artigianali e oltre la metà delle spedizioni è diretta nel Regno Unito. Un mercato dunque su cui puntare, ma al quale, se si produce in Italia, non è così scontato arrivare. I microbirrifici italiani, rispetto ai loro colleghi europei, sono costretti infatti a sottostare a standard qualitativi più alti e a sostenere delle accise più elevate per ogni ettolitro prodotto, tant'è che — come segnalato dalla stessa Assobirra — un sorso su 3 «se lo beve il fisco».

«Come Cna e Unionbirrai

Tasse

In Italia le accise sono cresciute del 93% in 10 anni. In Germania sono inferiori di 4 volte

stiamo portando avanti una proposta di legge per cercare di equilibrare il trattamento fiscale dei produttori locali agli standard europei — continua ancora Gamberini —, anche se di fatto non esiste una normativa comunitaria omogenea». In Germania queste tasse sono 4 volte inferiori: dal 2003 al 2013, secondo i dati di Assobirra, l'accisa su questo prodotto è aumentata del 93% e dallo scorso gennaio ogni ettolitro, che per legge deve contenere una quantità di malto non inferiore al 10,5%, è tassato di 3,04 euro. Nonostante però queste difficoltà interne al settore, a investire gran parte del loro tempo sono soprattutto gli under 35: «L'età media in Emilia-Romagna è di 30-40 anni, ma non ci si improvvisa. Servono conoscenze e una buona dose di imprenditorialità per riuscire a farsi un nome. Sicuramente è uno di quei settori dove la passione è fondamentale, dove si cerca di divulgare un gusto, un modo di stare assieme. Una sorta di ritorno alla terra», conclude Gamberini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dalle aziende

Viaggio tra i produttori

«Quello che è successo 20 anni fa per il vino sta accadendo per la birra e il consumatore sta apprezzando la produzione locale»

Nel '91 fece la sua prima birra in casa grazie a un amico che gli aveva regalato un kit made in Inghilterra. Oggi Davide Finoia gestisce dal 2009 Valsenio, il primo microbirrificio nato nella provincia di Ravenna, sull'appennino tosco-romagnolo. Qui ogni giorno si producono birre non filtrate, non pastorizzate e nemmeno fermentate, per un totale di 320 ettolitri l'anno, tra una linea biologica certificata 2011; rosse in stile irlandese e chiare di tutti i tipi a seconda delle stagioni e in base anche alle richieste dei clienti sempre più mirate. «Oggi la gente vuole sapere quello che beve, c'è una domanda più sostenuta e alla base vi è una consapevolezza più alta. Quello che è successo 20 anni fa per il vino sta accadendo per la birra e il consumatore comincia a preferire la produzione locale», spiega Davide che assieme al padre Leonardo passa gran parte del suo tempo in un piccolo edificio vicino alla fonte del Poggio Nero a Baffadi, una frazione di Casola Valsenio.

Ed è da artigiani del luppolo come la famiglia Finoia che un'altra realtà tutta bolognese,



Artigiani Gianfranco Sansolino e Roberto Poppi di Lab

come Lab-Libera arte della birra, acquista e distribuisce chiare e scure tra Modena, Ferrara, Firenze e Bologna. A gestire quest'attività, che offre assistenza a tutti gli appassionati del settore e che ha sede legale in piazza San Francesco, sono Gianfranco Sansolino e Lorenzo Poppi. «Nel 2015 rispetto al 2014 siamo cresciuti del 164% (solo ad aprile del 60%). Un dato che dà la sensazione di quanta birra artigianale portiamo nei locali (circa 70 mila ettolitri annui)», racconta Gianfranco che 4 anni fa, come alti under 35 oggi, ha deciso di investire il suo futuro nel mondo delle chiare e delle scure. «Il consiglio che mi sento di dare oggi ai giovani è proprio quello di buttarsi, di acquisire competenze, di non dare mai nulla per scontato e di non sperare di diventare ricchi» conclude il proprietario di Lab che, come il mastro birraio di Valsenio, consiglia a tutti coloro che vogliono seguire il loro esempio di fare bene i conti con le proprie risorse.

F. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Al Rizzoli di Bologna arrivano i primi **tutori** per polso stampati in 3d

Sono il risultato di una collaborazione tra la Wasp di Massa Lombarda e la Regione

Moretti
Si potranno
stampare
in 10-20
minuti, sul
posto e
a seconda
delle esigenze

All'istituto ortopedico Rizzoli di Bologna i primi tutori per pronto soccorso realizzati con le tecniche della stampa 3d e modellati sui polsi dei futuri pazienti. È questo il progetto, in dirittura d'arrivo, dell'azienda Wasp di Massa Lombarda (Ravenna), leader nella stampa 3d, e della Banca delle Cellule e del Tessuto Muscoloscheletrico della Regione Emilia-Romagna, che fra qualche mese diventerà realtà.

Si tratta di protezioni per il polso, perforate e traspiranti, che consentono l'elettrostimolazione per favorire i pro-

cessi di guarigione, il cui costo si aggira attorno ai 2 euro (quelle tutt'ora in commercio ne costano 30). «Sarà quindi possibile stampare tutori su misura e in tempi molto rapidi: 10-20 minuti. Si potrà così intervenire ogni volta direttamente sul posto, a seconda delle singole esigenze» spiega Massimo Moretti, fondatore di Wasp. Un esempio dunque di applicazione della manifattura digitale in ambito sanitario, destinato a espandersi anche ad altre parti del corpo, a partire dal gomito e dal ginocchio.

L'altro progetto, sempre curato dalla collaborazione tra Wasp ed il Rizzoli, prevede la



Protezione Un tutore per il polso stampato in 3d

possibilità di produrre sostituti di teca cranica direttamente dalla Tac del paziente ancora attraverso la stampa 3d, permettendo così la rigenerazione ossea. «In caso di grave trauma cranico il chirurgo è spesso costretto a rimuovere parte della teca per permettere al cervello di espandere il suo volume. Fino a oggi si possono valutare tre opzioni: riutilizzare la teca originaria, che deve però essere ben disinfettata e lavata; utilizzare una teca in idrossiapatite, un materiale molto fragile che costringe poi il paziente ad avere attenzioni particolari nella vita di tutti i giorni; impiantare una teca in

plastica, materiale che però non è bio-riassorbibile e colorizzabile. Queste teche, inoltre, hanno il difetto di essere mono-strato, mentre la nostra teca cranica naturale è fatta di osso piatto e quindi è un tri-strato» sottolinea Pier Maria Fornasari, direttore della Banca delle Cellule e del Tessuto Muscoloscheletrico del Rizzoli. L'idea dunque è quella di produrre un'equivalente della parte dell'originaria teca mancante di dimensioni conformi all'anatomia di ciascun paziente e che dal 2016 verrà impiantata sull'uomo per la prima volta.

F. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CREDITPARTNER DA 20 ANNI PROTEGGE CON coface I VOSTRI RISCHI COMMERCIALI

IN EMILIA ROMAGNA OPERA LA PIU' GRANDE AGENZIA EUROPEA DELLA coface
SPECIALISTA DELL'ASSICURAZIONE DEI CREDITI IN ITALIA E ALL'ESTERO E
NEL RILASCIO DI GARANZIE FIDEJUSSORIE A BENEFICIARI PUBBLICI E PRIVATI.



I VOSTRI RISCHI COMMERCIALI, SOTTO CONTROLLO

ASSICURAZIONE DEI CREDITI, CAUZIONI E C.A.R. • INFORMAZIONI E RATING • RECUPERO CREDITI

LA GESTIONE DEI CREDITI È UN ELEMENTO CHIAVE PER GARANTIRE VALORE ALL'IMPRESA. LA MISSIONE DI COFACE È DI AGEVOLARE LE ATTIVITÀ COMMERCIALI DELLE IMPRESE A LIVELLO GLOBALE ATTRAVERSO UNA GAMMA COMPLETA DI PRODOTTI E SERVIZI VERSATILI ED EFFICIENTI: INFORMAZIONI SULLA SOLVIBILITÀ DEI PARTNER COMMERCIALI, RATING AZIENDALI, ASSICURAZIONE E GESTIONE DEI CREDITI, FACTORING. L'OFFERTA DI COFACE È PROGETTATA PER CONSENTIRE ALLE AZIENDE DI GESTIRE E PROTEGGERE CON CURA I PROPRI CREDITI E DI LAVORARE IN TUTTA SICUREZZA, IN ITALIA E ALL'ESTERO.

WITH COFACE, TURN EVERY CLIENT INTO A GOOD CLIENT

AGENZIA GENERALE DELL'EMILIA ROMAGNA CREDITPARTNER S.R.L.

MARIO BOCCACCINI, LUCA BOCCACCINI, MARCO FERRARI

GIUSEPPE DELVECCHIO, MANUELA CASTAGNETTI, GIOVANNI FERRARI, FRANCESCO ORIOLI

SEDE PRINCIPALE LEGALE ED AMMINISTRATIVA:

RAVENNA - VIA MEUCCI 1 - 48124 TEL.0544 408911 FAX 0544 408907

SEDE DI BOLOGNA - VIA MASSARENTI 14/B - 40138 | TEL. 051 4299001 - FAX 051 4292985

SEDE DI MODENA - VIA VELLANI MARCHI, 80 - 41126 | TEL. 059 359364 - FAX 059 346321

SEDE DI PARMA - PIAZZA C.A. DALLA CHIESA 3 - 43100 | TEL. 0521 798276 - FAX 0521 707724

SEDE DI REGGIO EMILIA - VIA ROMA 22 - 42121 | TEL. 0522 580737 - FAX 0522 580736

FOOD VALLEY

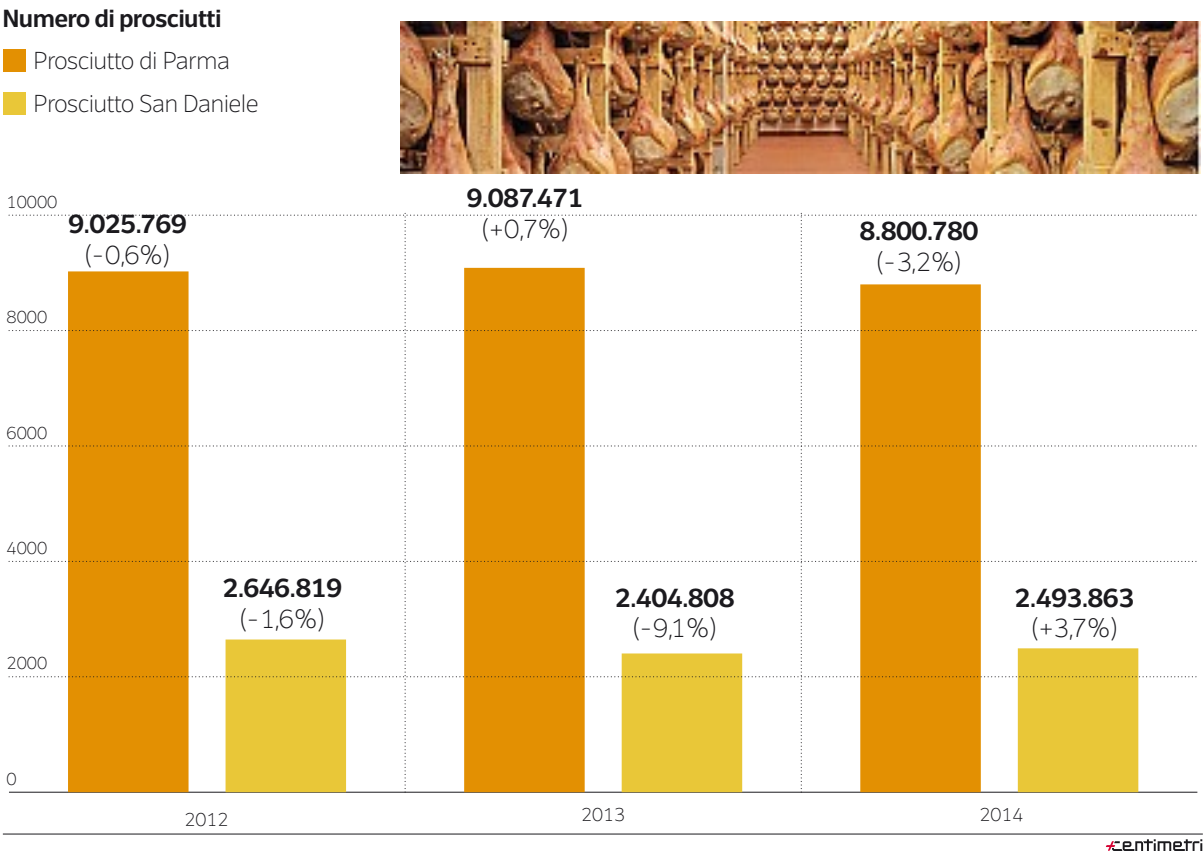
La sfida del prosciutto corre tra Emilia-Romagna e Friuli

Calano i consumi interni (-8,9%): il San Daniele cresce, il Parma perde terreno

Decolla ovunque nel mondo ma soffre in casa propria dove i consumi nell'ultimo anno sono crollati dell'8,9%. Sicché il prosciutto crudo tira un sospiro di sollievo all'estero, complice una strategia commerciale e di marketing vincente messa in atto dai protagonisti indiscussi delle eccellenze alimentari made in Italy e condita da campagne di promozione sviluppate in sinergia. È successo negli Usa con il progetto *Legends of Europe*, che negli ultimi 3 anni ha accostato, e lo farà ancora, 4 prelibatezze come il prosciutto San Daniele, il prosciutto di Parma, il formaggio Grana Padano e il Montasio, in una intensa attività di incontri, fiere, degustazioni. È successo nel Regno Unito con il progetto *Discover the Origin* di valorizzazione dei prodotti europei di alta qualità (prosciutto di Parma, Parmigiano Reggiano e i vini di Borgogna e di Porto). E sono allo studio altre azioni simili in Europa e altrove.

«Non dica che è una guerra tra prosciutti», incalza Mario Cichetti, direttore del Consorzio del Prosciutto San Daniele, sfoderando i dati della Dop friulana nell'ultimo anno: +10% di vendite dopo un periodo davvero critico segnato da un crollo della produzione pari al 9,1% nel 2013. E passa subito al risultato a doppie cifre delle vendite in vaschetta: «+17,3%, all'incirca 350 mila prosciutti affettati». Bene le esportazioni che rappresentano il 13% della produzione e dove tra i Paesi più performanti spiccano gli Usa «grazie a uno staff ben organizzato e compatto» e l'Australia, «un mercato molto ricettivo anche se conta solo 25 milioni di abitanti». E ancora, un giro d'affari pari a 330 milioni di euro e una forza produttiva costituita da soli 31 stabilimenti che lavorano esclusivamente a San Daniele del Friuli, nella fascia prealpina. «Puntiamo su elementi caratterizzanti — rimarca Cichetti — su aziende forti e strutturate e sulla riconoscibi-

La produzione di San Daniele e Parma negli ultimi anni



Sul web
Puoi leggere gli articoli di Corriere Imprese, condividerli e lasciare commenti su www.corrieredibologna.it

bilità del prodotto, sia in vaschetta (con l'indicazione del nome del produttore in etichetta) sia al banco, forti del buon rapporto instaurato con la distribuzione ma soprattutto col pubblico».

Produzione in calo del 3,2% e un aumento del prezzo al taglio del 5% per il prosciutto con la corona di Parma. Su del 2% le vendite del preaffettato, pari a 74 milioni di confezioni. «Il nostro prosciutto — spiega Stefano Fanti, direttore del Consorzio parmense — ha sofferto meno di altri, contenendo le perdite al 6,1%». Grandi soddisfazioni arrivano invece sul fronte delle esportazioni (+3-4%) spalmate su 90 Paesi. «Negli ultimi dieci anni — aggiunge soddisfatto — la quota export sul totale della produzione annuale è passata dal 18 al 30%». Con gli Usa al primo posto (565 mila prosciutti), seguiti da Germania e Francia (450 mila) poi la Gran Bretagna (350 mila). «È il lavoro di

squadra — sottolinea Fanti — il vantaggio competitivo che ci giochiamo all'estero. Il compito del Consorzio è sempre stato quello di affiancare le aziende associate nel loro processo di internazionalizzazione con l'obiettivo di affermare il prosciutto di Parma come marca leader della salumeria».

Che sia prodotto in Friuli o in Emilia, «è comunque imprescindibile il legame tra prosciutto tipico, territorio d'origine e turismo che vale sia per il mercato interno che per l'estero», osserva il direttore del Consorzio San Daniele. «L'Italia vanta una grande economia legata al cibo e la sua forza sta nei gusti diversi

espressi da tante, antiche lavorazioni artigianali lungo tutta la penisola».

E sul nuovo decreto salumi che aprirebbe le porte alle cosce di suino congelate provenienti dall'estero per fare i salumi, «sia fatta trasparenza per il consumatore», fanno sapere dai due Consorzi. «Noi andiamo avanti. Tutti gli animali sono nati e allevati in Italia: questa è la garanzia e il valore del nostro prodotto». Oltre ad un disciplinare stringente che ne certifica la lavorazione tradizionale eseguita aggiungendo solo e unicamente del sale marino.

B. B.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Fanti (Consorzio di Parma)
Il nostro prosciutto ha sofferto meno di altri, contenendo le perdite al 6,1 e la quota export sul totale della produzione annuale è passata dal 18 al 30%

Da Modena

Gastronomia



Lambrusco e tigelle sbarcano a Expo grazie alla cucina di Dispensa Emilia

Lambrusco e tigelle protagoniste a Expo grazie a Dispensa Emilia, la catena di ristoranti nata Modena nel 2004 e riuscita a esportare la tradizione della cucina emiliana fuori regione: da poco tempo sbarcata a Firenze e dal 1° maggio presente anche nei padiglioni (Chiosco gourmet CH2) della manifestazione internazionale dedicata al cibo. I 2 nuovi locali si aggiungono ai 6 già aperti in Emilia-Romagna. La specialità del locale è la tigella, cotta sul momento e poi farcita con i salumi e formaggi, altra eccellenza del territorio: esistono anche le varianti vegetariane e dolci per accontentare tutti i gusti. Il nome originario di questo pane rotondo dell'Appennino modenese è crescentina, ma in alcune zone viene chiamata tigella dal nome del disco di terracotta usato per cuocere l'impasto. Il menu è completato dai primi piatti emiliani, dalle insalate e da una selezione di vini al calice di tutta la regione: dal Lambrusco che si conferma tra i più venduti in Italia al Pignoletto dei colli bolognesi, in crescita negli ultimi anni. Dispensa Emilia è stata una delle prime catene italiane a puntare sul segmento della ristorazione tradizionale e sposa in pieno i valori promossi da Expo: ricerca dell'eccellenza alimentare, rispetto e gestione sostenibile delle risorse, corretto recupero dei materiali riciclabili e smaltimento dei rifiuti. Per rendere più veloce il servizio, il personale del locale è dotato del dispositivo «Trova-mi», usato per trovare il prima possibile il tavolo dei clienti.

Mauro Giordano
© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 14 maggio
Alla Camera di commercio di Modena il convegno con showcooking «Prevenire i tumori passando per la buona cucina». Dalle 14

● 12 maggio
Al quartiere fieristico di Parma fino al 14 Sps Ipc Drives, la fiera dell'automazione e industriale

● 20 maggio
A Reggio Emilia in via Toschi 30/a Unindustria il progetto «RisparmiaRE. L'efficientamento energetico nelle imprese reggiane». Dalle 14.30

● 13 maggio
A Modena in via Malavolti 27 il seminario sul tema della qualità degli impianti a gas e la sicurezza di utilizzo per persone e cose. Ore 16

● 16 maggio
A Bellaria Igea Marina (Rimini) presentazione del progetto Ecoadria-Fisherman, una giornata dedicata al mare e alla pesca

● 19 maggio
Alla Sgr di Rimini alle 9.30 workshop di carattere tecnico e operativo «Opportunità commerciali negli Stati Uniti»

● 13 maggio
A Camera di Commercio di Ferrara il seminario sul finanziamento per il sostegno alle Start Up. Dalle 14.30

Stagione per stagione

di **Barbara Bertuzzi**

Indivia, Scarola, Iceberg e Barba del frate gusti che cambiano, lattuga che trovi

Gusti che cambiano da città a città anche in tema di insalate, e chi le coltiva si adegua. Nella Bassa bolognese Moreno Morisi mette a dimora sotto tunnel, su terreno solarizzato, assortite varietà di piantine di lattuga. «Quest'anno — spiega — va moltissimo la Barba del frate, croccante e dal sapore deciso con foglie frastagliate molto caratteristiche: assomiglia per forma alla rucola». Raccolge a mano dai primi di aprile e rivende sui 2,5 euro/kg.

A Fiscaglia (Ferrara) Marcello Ferrini fa solo la Gentilina: «Sono i miei clienti a richiederla», verde e rossa, cespo aperto di grande dimensione e foglie spesse con margine crespo, proposta a 1,2 euro/kg. Ha trapiantato anche la Iceberg, varietà non nostrana che pare sia di gran moda oggi in Italia, ma dice: «non va». La pensa diversamente, Matteo Brunelli, 37enne imprenditore cesenate, che questo tipo di insalata la coltiva a pieno cam-

po tra tante altre: «Per me è la migliore, croccante e dall'ottimo sapore». A Case Castagnoli cura 100 ettari di orticole seguendo i disciplinari di produzione integrata e riducendo al minimo l'impiego di additivi. Solo «il 5% del fatturato deriva dalla vendita diretta» e con la coltivazione in serra offre il prodotto fino a Natale, tra cui l'indivia scarola (foglia liscia) e la riccia: «molto bella da impiattare». Prezzi da 1 euro/kg.

«In Emilia-Romagna — precisa Nazzareno Acciarri, direttore del Cra di Monsampolo del Tronto (Ascoli Piceno) e navigato ricercatore di varietà orticole innovative — la lattuga più diffusa è la Cappuccio, in primis cultivar Trocadero, dalle foglie larghe e rotondeggianti e la Romana, cespo lungo e foglie dal bordo ondulato», entrambe nella Gdo-grande distribuzione da 1,4 a 2,3 euro/kg (Cso). «Stanno prendendo piede le tipologie Gentilina (1,6-2,2 euro/kg) e Foglia di quercia (2,2-2,7 euro/kg), meno la Iceberg (1,5-2,5 euro/kg)».



La pianta

La lattuga (nome scientifico *lactuca sativa*) è una pianta angiosperma dicotiledone appartenente alla famiglia delle Compositae, la stessa famiglia di ortaggi a foglie delle bietole e degli spinaci. Viene erroneamente chiamata insalata, essendo spesso ingrediente principale dell'omonima pietanza.

Spesso nella scelta al banco «si dà troppa importanza alle foglie giovani al centro del cespo e non si guardano invece quelle esterne, più saporite e ricche di nutrienti. Non dovrà inoltre sfuggire — suggerisce Acciarri — la turgidità delle foglie, espressione della freschezza, così come lo è il non imbrunimento della superficie di taglio alla base (colletto) e l'integrità del lembo e delle nervature». L'indivia, sia scarola che riccia sugli scaffali a partire da 1,8 a 2,7 euro/kg, è meno delicata della lattuga. Poi c'è la cosiddetta indivia Witloof o insalata belga che nella versione rossa viene spesso confusa con il nostro radicchio e si ottiene con apposite tecniche di forzatura all'interno di locali bui, dai 2,9 ai 4,9 euro/kg.

Tutto sommato la coltura dell'insalata è semplice: basta una buona irrigazione per far crescere una piantina (costo 5-10 centesimi) che se posata ora, tra un mese darà un cespo di 400 grammi circa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LIVING, IL MENSILE DI INTERIOR, DESIGN E LIFESTYLE

Martedì 12 maggio con il Corriere della Sera

WWW.LIVING.CORRIERE.IT



CORRIERE DELLA SERA

N. 05 **Living** 2015

ILSE CRAWFORD
La numero uno dell'interior decoration ci apre la sua casa

OUTDOOR
Arredi In&Out: il salotto trasloca in giardino



INSIEME A BROOKLYN
Jason e Tuesday Miller. Lui è l'inventore delle luci Roll & Hill, lei è sua figlia. Una casa per due, dove il design non è mai scontato

WWW.LIVING.CORRIERE.IT

offerta abbonamento 1 anno

CARTA + DIGITALE = € 24,99*

PREZZO INTERO € 76,90 / RISPARMIO € 51,91

www.abbonamentircs.it/offerta/living2015



*più spese di spedizione € 4,90

RCS



OPINIONI & COMMENTI

L'analisi

La sindrome Carife stende Ferrara

SEGUE DALLA PRIMA

Questo nulla toglie alla dimensione epocale della vicenda per la fragile economia ferrarese.

In ballo ci sono 40 milioni di titoli, al 55% detenuti dalla Fondazione; ma da quando, due anni fa, Carife fu commissariata da Bankitalia, la Fondazione non ha più incassato un euro di dividendi e non ne ha erogato più uno alla città. Fallito un risanamento «dall'interno», naufragate le trattative con altre banche (oltre alla Pop Vicenza si sarebbero fatte avanti Cassa Cento e di Bper Banca), ora tocca al «cavaliere bianco» di ultima istanza, il Fondo interbancario di garanzia, evitare la liquidazione. Mercoledì scorso l'organismo di tutela dei depositi bancari ha deliberato di partecipare con 300 milioni a un aumento di capitale che riporti Carife in linea di galleggiamento. Si vedranno nei prossimi giorni le tecniche della ricapitalizzazione, e si potranno quantificare le reali necessità finanziarie della banca quando, entro fine mese, i commissari, decadendo dal mandato, diffonderanno i bilanci. Pare scongiurato però l'incubo degli ultimi giorni: l'azzeramento totale del capitale Carife, e quindi del valore di tutte le azioni. Quel falò da centinaia di milioni, infatti, avrebbe potuto da solo deprimere l'economia della più debole economia emiliano romagnola per un decennio e più. Per questo Maiarelli oggi «tira un sospiro di sollievo» e preannuncia l'arrivo di nuovi soci investitori.

Ma la botta sarà ugualmente pesante. Per la Fondazione, che non sottoscrivendo l'aumento perderà il controllo della banca e gran parte del suo patrimonio, come del resto tutti i piccoli azionisti. E per Carife che dovrà fronteggiare migliaia di correntisti-azionisti imbufaliti, già pronti ad abbandonarla. Poi scatteranno le cause di risarcimento. Una trentina sarebbero già state depositate, altre si aggraveranno se le prime avranno successo. Forse anche i commissari intenteranno un'azione di responsabilità verso i vecchi amministratori. Insomma, il cielo sopra Ferrara resta assai nuvoloso.

Massimo Degli Esposti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le lettere

vanno inviate a:

Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@
corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289



La risposta di Andrea Rinaldi

I VIOLENTI OSCURANO EXPO MA LE IMPRESE FANNO AFFARI



Ho visto ancora una volta l'ennesimo sfacelo causato dai black bloc, a Milano, il primo giorno di Expo. Gran bello spettacolo. Possibile che tutte le volte si debba sottostare alle violenze di questi personaggi senza mai fare nulla? Mi dispiace dirlo, ma queste devastazioni sono passate in primo piano oscurando di fatto la manifestazione universale. Per non parlare dei padiglioni non finiti e delle varie complicazioni che ancora duravano con i primi ingressi. L'ordine fuori e i contenuti dentro mi sa che hanno lasciato piuttosto a desiderare. In-

somma si poteva fare meglio, molto meglio. Piero

Caro Piero, che dire? Ha tutte le ragioni del mondo quando prende di mira le tute nere che hanno sfasciato mezza città. Un po' meno quando afferma che i violenti hanno oscurato la scena all'inaugurazione della grande Esposizione universale. Se è vero che le auto in fiamme in zona Cadorna hanno fornito un grande e subitaneo impatto mediatico, è anche vero che i contenuti di Expo hanno bisogno di mol-

Piazza Affari

di **Angelo Drusiani**

Passeggeri e azionisti per il valore del Marconi



Il trasporto di passeggeri e merci via aria in Europa è aumentato nel corso del 2014, grazie alla ripresa economica dei paesi non periferici e all'indebolimento del dollaro. Il traffico italiano in particolare è cresciuto del 4,5% rispetto all'anno precedente, mentre l'aeroporto Guglielmo Marconi di Bologna ha visto un incremento del 6,2%, collocandosi sopra la media nazionale. Con la fine del 2013 sono terminati i lavori di ampliamento del terminal. Forti investimenti sono stati indirizzati sulle tratte verso Est Europa ed estremo Oriente. Anche i collegamenti con Mosca, Istanbul e Tunisi sono stati implementati. Sono calate, per questioni geopolitiche, le tratte verso l'Egitto. In generale le tratte internazionali si sono ampliate a spese di quelle nazionali. La conseguenza è stata che le linee tradizionali hanno subito una contrazione, lasciando spazio maggiore alle linee low cost ad ampio raggio. In rialzo l'utile netto del 2014 (6,577 milioni di euro, più 77% rispetto al 2013). È sceso sensibilmente l'in-

debitamento del gruppo da 32,4 milioni del 2013 a 17,5 milioni a fine 2014, reso possibile soprattutto dai flussi di cassa della gestione operativa. Secondo Matteo Zardoni, di Banca Albertini Syz, l'interesse degli investitori non dovrebbe mancare. Basti ricordare la recente Opa degli Aeroporti di Pisa e Firenze da parte del gruppo Argentino Corp America. Il prossimo collocamento in Borsa dovrebbe risentire positivamente del costante incremento di passeggeri (6,580 milioni nel 2014 contro i 6,127 dell'anno precedente). Fortissima la presenza della componente estera, largamente superiore a quella italiana, proprio in virtù della scelta del management di privilegiare l'internazionalità dello scalo bolognese. Con il contributo determinante della Ryanair. Il valore dell'aeroporto Marconi dipenderà anche dalla situazione del mercato azionario, ma soprattutto dalla compagine di azionisti che andranno a comporre il nocciolo stabile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

L'inserimento nel mondo del lavoro e la forza di un ingegnere

SEGUE DALLA PRIMA

Occorre, inoltre, che il paese adotti politiche economiche ed industriali sempre più efficaci e che torni ad investire in un settore cruciale come quello dell'istruzione e della formazione, anche per favorire la mobilità sociale. Si lamenta – giustamente – che il numero dei laureati italiani è meno della metà di quello di paesi come Germania e Francia, ma ci si dimentica di dire che per un laureato italiano, dopo tre o cinque anni di studio all'università, non è certo gratificante rispetto allo sforzo compiuto firmare contratti di lavoro con compensi mensili medi inferiori a 950 euro, che, se a tre anni dalla laurea risalgono, si arrestano però a 1162 euro. Il mancato riconoscimento del valore degli studi universitari porta a far sì che soffriamo un pe-

sante ritardo culturale rispetto agli altri paesi europei e l'insufficiente numero dei laureati si ripercuote negativamente sulla produttività ed efficienza del nostro sistema industriale. Sicuramente una riflessione andrà fatta anche sull'attuale sistema universitario, che, molto spesso, non si preoccupa di formare e fornire figure adeguate alla domanda di imprese e territori. Affermo questo riguardando i dati AlmaLaurea relativi a UniMoRe, dove, accanto ad una adeguata politica di orientamento degli studenti, si è cercato di attivare percorsi di studio in sintonia con la richiesta proveniente dal mercato del lavoro. Il tasso di disoccupazione dei nostri laureati ad un anno è infatti sceso di 1,7 punti percentuali, passando dal 14,6% del 2013 al 12,9% del 2014: tale valore risulta essere minore della

metà dell'indice nazionale. Anche sul piano economico i laureati UniMoRe ricevono un migliore trattamento, avendo davanti la prospettiva di guadagnare non meno di 100 euro in più al mese. Guardo confortato tali numeri, perché proprio in questi giorni il Dipartimento di Ingegneria "Enzo Ferrari" ha laureato 192 nuovi ingegneri ed il Dipartimento di Comunicazione ed Economia 167 nuovi professionisti. Per questi giovani, preparati al meglio da docenti affermati e apprezzati anche al di fuori dei confini nazionali, non sarà difficile trovare un lavoro in tempi brevi. E questo si deve, sia alla particolare attenzione da parte dell'Ateneo nell'attivare i tavoli di consultazione finalizzati a definire i più opportuni contenuti formativi, sia ai recenti impegni di investimento sul territorio assunti da importanti gruppi industriali.

rettore dell'Università di Modena e Reggio Emilia (UniMoRe)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

to più tempo per essere assimilati (e non dico metabolizzati o digeriti, visto che il tema è la nutrizione). A cominciare da quelli forniti dalla nostra regione. Magari nel gran can can giornalistico qualcosa è sfuggito, ma ci sta, vista l'imponenza della partecipazione emiliano-romagnola. Solo per citare uno dei più imponenti a caso: la Cefla di Imola ha avuto una commessa di 30 milioni di euro, con un'area complessiva di intervento di oltre 32.000 metri quadri tra impianti elettrici, di condizionamento e di arredo.

Andando avanti, la Coppini arte olearia di Parma farà lavorare 60 persone che si turneranno su 6 mesi. Di questi 14 sono nuove assunzioni in ambito vivaio (giovani) e di questi il 70% verrà inserito in modo stabile in azienda dopo Expo. Ma queste cose fanno meno notizia di una vetrina spaccata.

Ricordiamo gli investimenti in termini di contenitore e di contenuto delle Fiere di Parma e di Bologna e di Coop (15 milioni circa). E poi siamo solo all'inizio. Occorrerà aspettare di essere in piena estate per testare la presenza della Regione con i suoi eventi e la sua settimana di protagonismo. Ben vengano le critiche, Piero, ma non cadiamo sempre nel disfattismo.

Crimine organizzato in Riviera

Un operatore su 3 minacciato A Rimini cresce la paura

Un terzo degli operatori ha subito direttamente o conosce persone colpite, negli ultimi 3 anni, almeno una volta da un'azione da parte della criminalità organizzata. Eccolo il fenomeno mafioso nella provincia di Rimini, in particolare tra gli operatori del comparto turistico, fotografato al 23 di aprile dall'osservatorio realizzato da Pasquale Colloca (ricercatore in Sociologia del Dipartimento di Scienze dell'Educazione dell'Università di Bologna), con la collaborazione di Confcommercio e Confesercenti. Il fenomeno di tipo mafioso si sta delineando sempre di più come una realtà parallela in Riviera. «La mafia c'è anche da noi, esiste, e bisogna cambiare lo sguardo con cui si guarda al suo avanzare», ha detto il sindaco di Rimini Andrea Gnassi. Bene, ma a parte questo, e a parte l'attesa di normative a livello nazionale, i comuni della costa non possono proprio fare nulla?

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Costa Uno scorcio estivo della spiaggia di Rimini

La lezione dei piastrellisti

Tra investimenti e hi-tech Sassuolo torna in cima al mondo

La ceramica del distretto sassolese pare risorta. Ce lo dice uno studio realizzato dal Centro Studi Acimac. Il volume contiene i dati 2011-2013 di 288 aziende mondiali; le 89 italiane sono accomunate da ingenti volumi di export a prezzi crescenti per lo spostamento verso produzioni ad alta tecnologia e alto valore aggiunto. La crescita degli investimenti in beni strumentali e attrezzature produttive si riflette poi nell'incremento del rapporto capitale per addetto (360mila euro, il più alto a livello mondiale); anche il rapporto fra valore aggiunto e fatturato, salito nel 2013 al 30,1%, e il valore aggiunto medio per addetto (oltre 72mila euro) sono i più alti del mondo. Così Sassuolo è riuscita a riconquistare la leadership mondiale, nonostante un costo del lavoro per unità di prodotto superiore di quasi il 3% rispetto alla Spagna e dell'1% rispetto alla media europea. Una lezione buona per tutti gli altri settori del made in Italy.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE IMPRESE
A cura della redazione
del Corriere di Bologna

Direttore responsabile:
Armando Nanni

Caporedattore centrale:
Gianmaria Cané

Editoriale Corriere di Bologna s.r.l.
Presidente:
Alessandro Bompieri
Amministratore Delegato:
Massimo Monzio Compagnoni

Sede legale:
Via Cincinnato Baruzzi, 1/2
40138 Bologna

Testata in corso di registrazione
presso il Tribunale
Responsabile del trattamento
dei dati (D.Lgs. 196/2003):
Armando Nanni

© Copyright Editoriale
Corriere di Bologna s.r.l.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna

parte di questo quotidiano può essere
riprodotta con mezzi grafici, meccanici,
elettronici o digitali. Ogni violazione
sarà perseguita a norma di legge.

Stampa:
RCS Produzioni Milano S.p.A.
Via R. Luxemburg - 20060 Pessano
con Bornago - Tel. 02.6282.8238

Diffusione: m-dis Spa
Via Cazzaniga, 19 - 20132 Milano
Tel. 02.25821

Pubblicità: Rcs MediaGroup S.p.A.
Dir. Communication Solutions
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02.2584.1
www.rcscommunicationsolutions.it

Pubblicità locale: Speed Società
Pubblicità Editoriale e Digitale S.p.A.
Via E. Mattei, 106 - 40138 Bologna
Tel. 051.6033848

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in
Abbonamento Postale - D.L.
353/2003 conv. L. 46/2004, Art.1,
c.1, DCB Milano

Supplemento gratuito al numero
odierno del
CORRIERE DELLA SERA
Direttore responsabile
Luciano Fontana

BPER:

Banca

Vogliamo crescere in
modo più sostenibile.

Per trovare un maggiore equilibrio, per guardare al futuro con più fiducia, per superare le vostre aspettative. Banca popolare dell'Emilia Romagna adesso è BPER Banca.

www.bper.it
800 20 50 40

Vicina. Oltre le attese.